



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**  
**Universidad del Perú. Decana de América**  
**Facultad de Letras y Ciencias Humanas**  
**Escuela Académico Profesional de Comunicación Social**

**Valoración de la nota de prensa institucional en el  
Ministerio de la Producción durante la reforma del  
ordenamiento pesquero en el Perú (2008)**

**INFORME PROFESIONAL**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación  
Social

**AUTOR**

Marco Antonio MEZA GARCÍA

**ASESOR**

Lilly Elsa HUAMANCHUMO SÁNCHEZ

Lima, Perú

2016



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Meza, M. (2016). *Valoración de la nota de prensa institucional en el Ministerio de la Producción durante la reforma del ordenamiento pesquero en el Perú (2008)*. [Informe profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Académico Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

*Escuela Académico Profesional de Comunicación Social*

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL**

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los veintiséis días del mes de mayo de dos mil dieciséis siendo las 11:30 horas, con la Presidencia de la Mg. María Magdalena García Toledo, los miembros del Jurado: Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón, Mg. Vladimir Tornero Cruzatt y su Asesor Lic. Lilly Huamanchumo Sánchez se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: **Valoración de la nota de prensa institucional en el Ministerio de la Producción durante la reforma del ordenamiento pesquero en el Perú (2008)**, que el bachiller **Marco Antonio Meza García** ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. La Presidenta del Jurado invitó al bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición el bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.

Terminada la sustentación se procedió a la calificación, resultando aprobado como **BUENO**, con la calificación de **QUINCE (15)**.

La Presidenta manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social al bachiller **Marco Antonio Meza García**.

Siendo las 13:00 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.

  
**Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón**  
Miembro

  
**Mg. Vladimir Tornero Cruzatt**  
Miembro

  
**Mg. María Magdalena García Toledo**  
Presidenta

  
**Lic. Lilly Elsa Huamanchumo Sánchez**  
Asesor

***A MIS PADRES Y HERMANA***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	06
CAPÍTULO 1	
EL QUEHACER PROFESIONAL.....	09
1.1 Identificación.....	09
1.2 Organización de la OCII.....	11
1.3 El Ministerio de la Producción.....	12
1.4 Objetivos del Ministerio de la Producción.....	18
1.5 Objetivos de la OCII.....	19
1.6 Público objetivo.....	20
1.7 Estrategia de trabajo.....	21
CAPÍTULO 2	
LA EXPERIENCIA Y OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN.....	23
2.1 Descripción de la experiencia y elección del objeto.....	23
2.1.1 Criterio de justificación.....	27
2.2 Objetivos de la Sistematización.....	30
2.3 Espacio Temporal.....	31
CAPÍTULO 3	
EL MARCO DE REFERENCIA DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	33
3.1 Relaciones públicas.....	33
3.2 Periodismo institucional.....	38

3.3 Nota de prensa y noticia.....	43
3.4 El lenguaje y estilo periodístico.....	50
3.5 La elaboración del mensaje.....	56
3.6 La relación de las oficinas de relaciones públicas gubernamentales con los medios de comunicación.....	58

## CAPÍTULO 4

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	62
4.1 Del quehacer profesional, el objeto y los objetivos.....	62
4.2 Del marco de referencia o ejes temáticos.....	66
4.3 De los contextos y del análisis de la experiencia.....	68

## CAPÍTULO 5

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	72
5.1 La nueva nota de prensa.....	72
5.2 El perfil del trabajador que elabora notas de prensa.....	76
5.3 Evaluación de la nota de prensa del Ministerio de la Producción.....	77

## CAPÍTULO 6

BALANCE DE LA EXPERIENCIA.....	84
6.1 Lecciones aprendidas.....	84
6.2 Hallazgos.....	86
6.3 Tareas pendientes.....	86
6.4 Aportes.....	87
6.4.1 A nivel Teórico – Conceptual.....	87

6.4.2 A nivel Profesional.....	88
6.4.3 A nivel Instrumental.....	90
6.4.4 A nivel Social.....	91
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	101
Anexo 1 Ficha técnica para análisis de nota de prensa.....	102
Anexo 2 Notas de prensa del Produce del año 2007.....	103
Anexo 3 Notas de prensa del Produce del año 2008.....	108
Anexo 4 Análisis de notas de prensa del Produce del año 2007.....	114
Anexo 5 Análisis de notas de prensa del Produce del año 2008.....	119
Anexo 6 Notas de prensa de Produce publicadas en Andina.....	124
Anexo 7 Constancias de trabajo emitidas por ministro y viceministro.....	130



## INTRODUCCIÓN

El presente informe de sistematización nace de la experiencia vivida durante los doce años que laboré en el Ministerio de la Producción (Produce), entidad que me albergó desde mi etapa de practicante, logrando desempeñarme posteriormente a nivel profesional.

Tuve la fortuna de haber integrado el equipo de comunicación de los primeros catorce ministros de la Producción, cada uno liderados por un jefe de prensa en particular, los cuales eran designados por el propio ministro de turno.

La labor que realicé en la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) fue incrementando a lo largo de los años, producto de la experiencia y conocimientos adquiridos respecto a los sectores propios del Produce.

Existieron diversas etapas comunicacionales durante mi permanencia en el Ministerio de la Producción. Sin embargo, la más importante fue el establecimiento del sistema de cuotas pesqueras de anchoveta para las embarcaciones pesqueras, esto a través del Decreto Legislativo 1084.

El mencionado suceso puso especial atención al valor de la nota de prensa institucional como herramienta comunicacional. Por ello, se propuso un cambio en su estructura y estilo con el objetivo de lograr mayor interés en los periodistas de los medios de comunicación.

De esta manera, se buscaba que esta herramienta contenga una redacción sencilla y clara, permitiendo, además, reducir de manera importante la edición de los textos por parte de los periodistas de medios de comunicación, logrando que los mensajes remitidos por el Produce puedan ser observados, casi en su integridad, por la población en general.

Así, se constató la relevancia del comunicador social dentro de las oficinas de relaciones públicas al participar en el cambio estructural y de estilo de la nota de prensa institucional, lo cual se plasma en el presente informe.

En el primer capítulo se presenta el quehacer profesional, además de la estructura de la oficina de relaciones públicas del Ministerio de la Producción, y las estrategias de trabajo a nivel comunicacional.

A continuación, y en el segundo capítulo, se describe la experiencia y la elección del objeto de sistematización. De esta manera, se exhibe el contexto en el cual se realizó la experiencia.

En el tercer capítulo se da a conocer el marco de referencia o temas ejes del presente trabajo. Se establecen seis, estos son: Relaciones Públicas, el Periodismo Institucional, la Nota de Prensa y Noticia, el Lenguaje y el Estilo Periodístico, la Elaboración del mensaje, así como la Relación de las oficinas de relaciones públicas gubernamentales con los medios de comunicación.

En el cuarto capítulo se determina la metodología de la sistematización de la experiencia. A continuación, en el quinto capítulo, se presentan los resultados de la evaluación a la nota de prensa.

Posteriormente, en el sexto capítulo, se plasma el balance de la experiencia, además de las conclusiones y recomendaciones.

Cabe destacar que en los anexos se podrán observar los análisis realizados a las notas de prensa, así como las publicaciones realizadas por la agencia de noticias Andina. También se podrá observar las constancias de trabajo que el ministro Rafael Rey y el viceministro de Pesquería, Alfonso Miranda, emitieron, corroborando la participación de Marco Antonio Meza García en la experiencia expuesta.

En ese sentido, el presente informe profesional abarca una importante etapa de mi vida laboral, además centra su contenido en una propuesta realizada en un contexto de proximidad de crisis comunicacional.

Espero que este trabajo pueda ser de utilidad para los comunicadores sociales que realicen actividades profesionales en instituciones públicas o privadas.

# **Capítulo 1**

## **EL QUEHACER PROFESIONAL**

### **1.1 Identificación**

El quehacer profesional del presente informe se centraliza en la labor realizada en la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) del Ministerio de la Producción.

El inicio de mi participación en la mencionada oficina sucedió hace más de una década, cuando acupe el puesto de practicante entre los meses de febrero y agosto del año 2003. En ese entonces cursaba el noveno ciclo de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Al ser seleccionado como aprendiz del área se me determinaron diversas tareas de apoyo, entre ellas la elaboración de síntesis informativa y notas de prensa, monitoreo de medios radiales y televisivos, la cobertura periodística de actividades ministeriales y viceministeriales. También, el contacto con medios de comunicación, la actualización de agendas periodísticas y el periódico mural institucional. El horario de trabajo abarcaba entre las 8:00 y las 16:30 horas.

En el mes de septiembre del año 2003 fui promovido al cargo de Comunicador Social, asignándome como responsable de las tareas antes mencionadas. De esta manera, se estableció una jornada laboral con tareas y horarios más extensos.

Como primera labor de la jornada laboral se realizaba la elaboración de la Primera Síntesis Informativa, remitida a todo el personal del Produce. El mencionado documento resultaba de suma importancia porque permitía dar a conocer al personal lo publicado en los diversos medios de comunicación de Lima y regiones del país. Los temas seleccionados para su elaboración abarcaban información del sector productivo nacional e internacional, además de informaciones económicas, políticas y sociales, a esto se añadía los dispositivos legales del Diario Oficial El Peruano. Este documento completo debía estar listo a las 8:30 horas de lunes a viernes.

Luego de esta primera tarea, la agenda de trabajo continuaba con la reunión cotidiana con el jefe de prensa del Ministerio de la Producción con la finalidad de conocer las labores del día. Éstas podían incluir la elaboración de notas de prensa, cobertura periodística de actividades, entre otros. En ese sentido, se realizaba un cronograma de entregables, los cuales debían cumplirse. Cabe subrayar que en el caso existiera la indicación de elaborar enviar una nota de prensa a medios de comunicación, durante la realización de las labores antes mencionadas, éstas se convertían en prioridad.

Posteriormente, a las 13:00 horas, se elaboraba una Segunda Síntesis Informativa, a través del monitoreo de medios efectuado previamente en el horario de la mañana. Consecutivamente, a las 15:00 horas, y en el caso que se hubiera remitido una nota de prensa a medios de comunicación se realizaba la coordinación de su publicación. Esto se efectuaba realizando llamadas a periodistas o editores.

Al finalizar la tarde, alrededor de las 18:00 horas, y en el caso que no existiera cobertura periodística adicional que realizar, se proseguía con el monitoreo y se enviaba a las autoridades del Ministerio de la Producción un último reporte de noticias. También se actualizaba el periódico mural institucional.

Es preciso mencionar que el modo operativo implantado en la OCII en el transcurso de los años, fue respetado por la gran mayoría de gestiones ministeriales. Esto se logró producto de la rápida adaptación del comunicador social, e integrantes de la oficina de relaciones del Produce, a los nuevos retos y estilos de trabajo.

## **1.2 Organización de la OCII**

El equipo de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional se encontraba conformado, en orden jerárquico, por el director (instancia máxima del área), el jefe de prensa (personal de confianza de la gestión ministerial), un comunicador social, un camarógrafo, además de un personal administrativo y una secretaria.

Cada uno de estos rangos tenía una función específica. El director era la máxima autoridad de la oficina, sin embargo su tarea solo se limitaba al área administrativa. Por su parte, el jefe de prensa se encargaba de dirigir la política comunicacional de la institución, además cumplía la función de enlace de la OCII con el despacho ministerial.

El comunicador social era el personal de apoyo tanto del director del área como del jefe de prensa. Así se encargaba de desarrollar tareas propias de la oficina de relaciones públicas.

De otro lado, el camarógrafo tenía como función realizar el registro fílmico de las actividades ministeriales y viceministeriales de la institución, además de actualizar los archivos fotográficos y digitales.

Finalmente el personal administrativo y la secretaria tenían funciones relacionadas a abastecimiento de materiales y pedidos, así como de atender documentación diversa y llamadas de usuarios internos y externos.

### **1.3 El Ministerio de la Producción**

El Ministerio de la Producción<sup>1</sup> fue creado a través de la Ley 27779 del año 2002, durante el mandato del presidente de la República Alejandro Toledo.

Se trata de un ministerio joven que en un primer momento tenía entre sus líneas de acción dos sectores económicos: el pesquero e industrial. Esto sucedió hasta el año 2008 cuando se sumó el sector de la micro y pequeña empresa (Mype)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> El Ministerio de la Producción fue creado a partir de la fusión del Ministerio de Pesquería y parte del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI).

<sup>2</sup> Desde el año 2008 quedaron establecidos el Viceministerio de Mype e Industria y el Viceministerio de Pesquería.

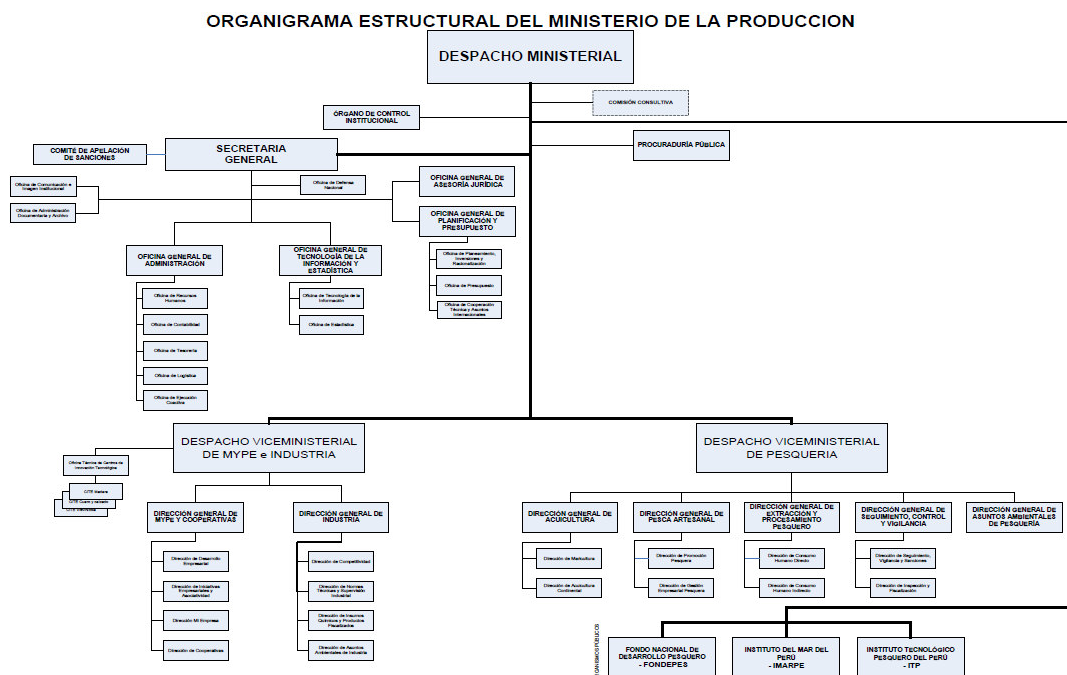


Figura 1

Organigrama estructural del Ministerio de la Producción del año 2006  
Fuente: Archivo personal

El ministro seleccionado a ocupar el Despacho de la Producción<sup>3</sup> por primera vez fue Eduardo Iriarte, quien fue elegido en el cargo del 21 de julio del 2002 al 28 de junio del 2003. Las primeras declaraciones que realizó a los medios de comunicación dieron un bosquejo de la tarea encomendada por el presidente Toledo. Así, en su primera aparición pública informó al diario La República que su gestión tendría como eje central la elaboración de leyes promocionales para impulsar la inversión en el sector productivo.

<sup>3</sup> Los ministros de Estado en el Perú son elegidos por el Presidente de la República, previa propuesta realizada por el Presidente del Consejo de Ministros.





## Ofrece Eduardo Iriarte, flamante ministro de la Producción Leyes promocionales para sector

Me gusta Compartir 0 Twitter 0 G+ 0

En su primera aparición pública como ministro de la Producción, Eduardo Iriarte manifestó que su gestión se abocará a elaborar leyes promocionales que hagan iguales las condiciones para invertir en cualquier sector productivo. Al respecto, adelantó que propondrá la modificación de la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas, una de las diferencias más grandes. "El sector industrial tiene que participar a los trabajadores con 10% de sus utilidades mientras que la banca y servicios sólo 5%, Pesca 10% y minería 8%", manifestó. "Eso hay que unificarlo para que las **inversiones** se dirijan en todos los campos de la actividad económica por igual y el gobierno no tenga sesgo o preferencia sobre un determinado sector", agregó.

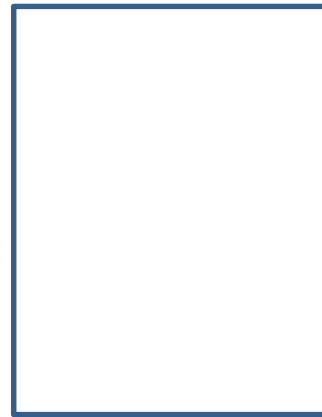


Figura 2

Captura de pantalla de la web del Diario La República  
Fuente: Archivo personal

De esta manera, quedó revelada la intención del gobierno con la creación del Ministerio de la Producción: impulsar y activar el sector productivo nacional.

Cabe destacar que desde la creación del Produce, han sido designados a ocupar el referido despacho catorce ministros de Estado. Cada uno de ellos priorizó un sector, optando en su gran mayoría por el pesquero como eje central de gestión.

Ministro	Partido	Periodo	Presidente
Eduardo Iriarte Jiménez	Independiente	12 de julio de 2002 - 28 de junio de 2003	Alejandro Toledo
Javier Reátegui Roselló	Perú Posible	28 de julio de 2003 - 16 de febrero de 2004	
Alfonso Velásquez Tuesta	Independiente	16 de febrero de 2004 - 25 de febrero de 2005	
David Lemor Bezdin	Independiente	25 de febrero de 2005 - 28 de julio de 2006	
Rafael Rey Rey	Renovación	28 de julio de 2006 - 13 de octubre del 2008	Alan García
Elena Conterno Martinelli	Independiente	14 de octubre del 2008 - 10 de julio de 2009	
Mercedes Aráoz Fernández	Independiente	11 de julio del 2009 - 21 de diciembre del 2009	
José Nicanor González Quijano	Independiente	22 de diciembre de 2009 - 13 de septiembre de 2010	
Jorge Villasante Aranibar	Partido Aprista	14 de septiembre de 2010 - 13 de mayo de 2011	
Luis Nava Guibert	Partido Aprista	13 de mayo de 2011 - 28 de julio de 2011	Ollanta Humala
Kurt Burneo Farfán	Independiente	28 de julio de 2011 - 10 de diciembre de 2011	
José Antonio Urquiza Maggia	Gana Perú	11 de diciembre de 2011 - 13 de mayo de 2012	
Gladys Triveño Chan Jan	Independiente	14 de mayo de 2012 - 24 de febrero de 2014	
Piero Eduardo Ghezzi Solís	Independiente	24 de febrero de 2014 -	

Figura 3

Relación de ministros de la Producción del Perú

Fuente: Wikipedia

Así, el ministro Eduardo Iriarte buscó impulsar el sector industrial en general y destacó entre sus acciones la creación del Día del Pisco Sour, fecha conmemorativa celebrada con entusiasmo hasta la actualidad.

En el caso del ministro Javier Reátegui su administración estuvo dirigida a desarrollar el sector pesquero industrial, también la diversificación de productos hidrobiológicos para consumo humano directo.

Por su parte, el ministro Alfonso Velásquez puso especial énfasis en la industria. Precisamente el principal logro de su gestión fue la creación de la campaña Cómprale al Perú, la cual tuvo una gran aceptación y fue el primer intento de revalorar la producción nacional, interponiendo la calidad del producto como principal herramienta.

Un caso distinto sucedió con el ministro David Lemor quien no definió una política clara de gestión, y dio prioridad a su participación en el proceso de negociación con Estados Unidos del Tratado de Libre Comercio (TLC).

Posteriormente, durante la gestión del gobierno del Partido Aprista Peruano, el primer ministro en asumir el Despacho de la Producción fue Rafael Rey quien tuvo como primera labor la implementación del sistema de cuotas pesquera de anchoveta para la flota industrial<sup>4</sup>, lo cual logró un cambio radical en la pesca industrial del Perú. El presente informe profesional analizará la experiencia ocurrida en esa gestión en particular.

Una vez concluida la gestión de Rafael Rey asumió el cargo de ministro de Estado la economista Elena Conterno, quien tuvo como principal tarea concluir la reglamentación del sistema de cuotas de pesca.

A continuación, la ministra Mercedes Aráoz impulsó el programa Compras a Myperú, dirigida a apoyar a las micro y pequeñas empresas, con el objetivo que éstas sean proveedoras del Estado en uniformes escolares, carpetas para colegios y vestimenta para las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional del Perú. De esta manera, se buscó reactivar la cadena productiva nacional.

---

<sup>4</sup> El establecimiento del sistema de cuotas pesqueras de anchoveta para la flota industrial se realizó con la promulgación del Decreto Legislativo 1084 el 28 de junio del año 2008. El referido dispositivo legal tiene como nombre Ley sobre límites máximos de captura por embarcación.

Por su parte, el ministro José Nicanor Gonzalez dirigió su gestión al sector pesquero, brindando equipamientos a pescadores artesanales para el cuidado de los recursos hidrobiológicos.

Cabe destacar que al concluir el gobierno aprista asumieron el despacho de la Producción los ministros Jorge Villasante y Luis Nava quienes promovieron el consumo de pescado en la población, realizando contactos con empresas pesqueras para proveer de especies hidrobiológicas, como el jurel, a bajos precios.

En un nuevo periodo de gobierno y con Ollanta Humala como presidente del Perú, se seleccionó al economista Kurt Burneo como ministro de la Producción. Éste basó su política en el combate a la ilegalidad en el sector pesquero, haciendo hincapié en la corrupción que habría sucedido durante gestiones anteriores respecto a multas millonarias sin cobrar, perjudicando al Estado. Seguidamente, el ministro José Urquiza entabló una política de diálogo con diferentes actores de los sectores Mype, Industria y Pesca.

Consecutivamente, la ministra Gladys Triveño pretendió realizar una nueva reforma en el sector pesquero, dirigiendola a la pesca para consumo humano directo, a través del establecimiento de las diez primeras millas marinas para el consumo de la población.

Finalmente, el ministro Piero Ghezzi, quien dirige la cartera de la Producción en la última etapa del gobierno del presidente Humala, lidera una política de

diversificación productiva a nivel de gobierno, con el objetivo de brindar nuevos motores de crecimiento al país, distintos a la minería.

En ese sentido, se puede señalar que la política central de cada gestión está supeditada al accionar y priorización que realiza cada ministro de Estado. Esto también incluyó el aspecto comunicacional.

De esta manera, la información que se remitía a los medios de comunicación, a través de las notas de prensa, tenían no solamente contenía información de actividades, sino también la política de cada gestión ministerial.

#### **1.4 Objetivos del Ministerio de la Producción**

El Ministerio de la Producción es el ente rector de los sectores Mype e Industria y Pesquería del Perú. Su finalidad y rango de acción se encuentran publicados en su portal institucional ([www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)). Aquí detalles:

El Ministerio de la Producción fue creado por Ley 27779 del 10 de julio de 2002. Tiene como finalidad diseñar, establecer, ejecutar y supervisar, en armonía con la política general y los planes de gobierno, política nacionales y sectoriales aplicables a los sectores de pesquería y de Mype e industria, asumiendo rectoría respecto de ellas. Dicta normas y lineamientos técnicos para la adecuada ejecución y supervisión de las políticas, la gestión de los recursos del Sector, así como para el otorgamiento, reconocimiento de derechos, la sanción, fiscalización y ejecución coactiva.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Portal institucional del Ministerio de la Producción. 22 de septiembre de 2015, 09:30 h, <<http://www.produce.gob.pe/index.php/ministerio/acerca-del-ministerio>>

De la misma forma, el primer Plan Estratégico Institucional Multianual del Produce 2004-2006, elaborado por la Oficina General de Desarrollo y Planeamiento Estratégico, esboza la visión y misión de la entidad gubernamental.

Visión institucional: Ser la institución promotora de la productividad de las actividades extractivas y productivas comprendidas dentro de su ámbito, haciéndolas competitivas en los mercados interno y externo, manteniendo un enfoque de uso racional de los recursos, protección del medio ambiente, en beneficio de la población y en contribución del desarrollo sostenible del país. (...) Misión Institucional: Formular, aprobar, ejecutar y supervisar las políticas y normas de alcance nacional aplicables a las actividades extractivas y productivas, comprendidas dentro de su ámbito, promoviendo su competitividad, el incremento de su productividad y la investigación aplicada con miras a facilitar y ayudar al desarrollo de las empresas o entidades formales relacionadas con dichas actividades, mediante el uso racional de los recursos, protección del medio ambiente y la evaluación de los resultados de las medidas aplicadas sobre el desarrollo de las actividades de su Sector en la población donde se ejecutan, buscando el beneficio común, contribuyendo así al desarrollo sostenible del país.<sup>6</sup> (Produce, 2010, p.3)

## **1.5 Objetivos de la OCII**

Según el Reglamento de Organización y Funciones<sup>7</sup> del Ministerio de la Producción, establecido mediante el Decreto Supremo N° 010-2006-PRODUCE, las tareas encomendadas a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional fueron las siguientes:

---

<sup>6</sup> Portal institucional del Ministerio de la Producción. 24 de septiembre de 2015, 15:35 h, <<http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/TRPROD/PEI.pdf>>

<sup>7</sup> El Reglamento de Organización y Funciones fue publicado el 05 de mayo del año 2006, cuando David Lemor era ministro de la Producción.

- Desarrollar, proponer, ejecutar y monitorear la estrategia de comunicación entre el Ministerio y los medios de comunicación social, nacionales e internacionales, así como con la población, elaborando y difundiendo el material informativo que permita una adecuada cobertura de sus actividades.
- Dirigir, coordinar, monitorear y supervisar las actividades de relaciones públicas internas y externas, así como proyectar la imagen del Ministerio a través de los medios de comunicación.
- Diseñar, coordinar, implementar y monitorear las estrategias de comunicación interna del Ministerio con los Organismos Públicos Descentralizados del Sector, así como de desarrollo y promoción de la imagen institucional del Ministerio.
- Difundir las actividades de la Alta Dirección y del Sector a través del portal web del Ministerio, videos institucionales, galerías fotográficas, boletines institucionales y otros.
- Realizar el seguimiento a las noticias nacionales e internacionales de interés del Sector.
- Organizar y mantener actualizado el archivo de noticias del Ministerio, en forma impresa, fotográfica, audiovisual y computarizada.
- Elaborar y mantener actualizados los directorios de instituciones y autoridades, vinculadas a la gestión sectorial.
- Las demás funciones que le asigne la Secretaría General.

De esta manera, se puede señalar que las tareas encomendadas a la OCII estaban relacionadas a desarrollar y dirigir la política comunicacional del Ministerio de la Producción.

## **1.6 Público objetivo**

Tal como lo menciona el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, la OCII posee dos públicos objetivos, uno a nivel interno y otro al externo.

A nivel interno podemos mencionar a los servidores del Produce, estos incluyen practicantes, trabajadores en general y funcionarios. En el caso del público

externo tenemos a los medios de comunicación nacionales y extranjeros, además de la población en general.

### **1.7 Estrategia de trabajo**

El trabajo realizado por la OCII estuvo dirigido a proyectar la imagen institucional del Ministerio de la Producción, como la entidad rectora de los sectores pesquero, industria y micro y pequeña empresa.

Para ello se establecieron dos estrategias de trabajo en comunicación. La primera de ellas correspondida a comunicación interna y la otra a comunicación externa.

La estrategia de comunicación interna estuvo orientada a mantener informado a los trabajadores del Ministerio de la Producción. Para ello, la OCII estableció el envío de tres síntesis informativas diarias. De esta manera, los trabajadores de todos los niveles de la entidad podían observar las noticias del día. La síntesis incluía noticias publicadas en medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y web.

Cabe destacar que esta etapa también circunscribía la renovación diaria del periódico mural institucional, el cual se encontraba ubicado en el ingreso del



ministerio<sup>8</sup>. Cabe indicar que el mural contenía fotografías de actividades del Produce, así como noticias de interés del sector.

Respecto a la estrategia de comunicación externa, ésta era la que gozaba mayor atención por parte de la OCII. A través de ella se buscaba obtener la mayor difusión posible de las actividades ministeriales y las acciones del sector. Para ello se procesaban materiales comunicacionales como notas de prensa, informes diversos y ayuda de memorias. También se realizaba la coordinación de entrevistas con medios impresos, radiales y televisivos.

Cabe indicar que en este trabajo, se vio por conveniente conseguir afinidad con los hombres de prensa pertenecientes a los medios de comunicación. Esta última tarea resulto determinante, recordando que los medios de comunicación reciben distinta información de prensa diariamente, y es potestad del periodista, editor o director de medios seleccionar lo que crean más conveniente. En ese sentido, lograr obtener afinidad resulta determinante en algunos casos, teniendo en cuenta que muchas informaciones no poseen el valor periodístico necesario para su publicación en medios de comunicación.

---

<sup>8</sup> La sede central del Ministerio de la Producción se encuentra ubicada en Calle Uno Oeste N° 050, Urbanización Córpac, en el distrito de San Isidro (Lima-Perú).

## **Capítulo 2**

### **LA EXPERIENCIA Y OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN**

#### **2.1 Descripción de la experiencia y elección del objeto**

El objeto de sistematización del presente informe está orientado a establecer el valor comunicacional de la nota de prensa institucional del Ministerio de la Producción, a partir de una estructura y un estilo definido logrado desde el establecimiento del sistema de cuotas pesqueras de anchoveta en el año 2008. El interés de realizar un análisis de este tema surge porque antes del suceso descrito las notas de prensa institucionales del Produce no contenían un estilo ni estructura definida.

Desde mi ingreso a la OCII en el año 2003, y hasta el julio del año 2008, la nota de prensa institucional no era considerada por los jefes de prensa como una herramienta de trascendencia en la política comunicacional de la institución. Se calificaba que los primeros instrumentos a utilizar eran las entrevistas y conferencias de prensa.

En ese sentido, los jefes de prensa consideraban que las declaraciones orales del ministro o viceministros en los medios de comunicación permitían una presencia real e inmediata del funcionario.

Así, la elaboración de la nota de prensa solo era apreciada como un documento de apoyo a los hombres de prensa.

Como se recuerda en el año 2008, se efectuó la más importante reforma de ordenamiento pesquero en el Perú: La implementación del sistema de cuotas industriales para la extracción de anchoveta.

El referido se estableció a través del Decreto Legislativo 1084, promulgado por el gobierno peruano en el marco de las facultades delegadas por el Congreso de la República y siendo próxima la suscripción del Tratado de Libre Comercio (TLC), entre el Perú y los Estados Unidos (EE.UU.).

El D.L. 1084 llevó como nombre Ley de Límites Máximos de Captura por Embarcación-LMCE. Con este sistema, el Produce inició un paso fundamental en la modernización del sector pesquero peruano porque, además de poner orden, buscó mejorar la calidad de vida de los hombres de mar y hace más competitiva la actividad pesquera.

Antes de la aplicación de los Límites Máximos de Captura por Embarcación, la actividad pesquera se regía en base a una denominada cuota global, por lo que una vez levantada la veda, las embarcaciones emprendían una denominada “carrera olímpica”, ejerciendo presión en la biomasa, perjudicando el medioambiente y poniendo en riesgo la vida de los pescadores, así como las embarcaciones.

Con la implementación de los LMCE se le asignó a cada embarcación un límite de pesca, dependiendo de su nivel de captura histórica y la constitución de las naves, es decir si son de madera o acero. A través de la mencionada norma los armadores pesqueros pudieron tener certeza respecto de la cantidad de anchoveta que podrán extraer, permitiéndoles así, planificar su actividad pesquera a lo largo del año. Asimismo, se buscó proteger la biomasa, reducir de forma inmediata la emisión de efluentes, y permitió un mejor procesamiento de la anchoveta.

Con esta norma las embarcaciones incrementarían su eficiencia, logrando mejores precios, toda vez que podrán planificar su pesca de anchoveta, evitando la congestión al momento de la descarga.

El D.L. 1084 tuvo como uno de sus principales objetivos proteger a los trabajadores pesqueros. Por ello estableció la prohibición de despidos de pescadores por un periodo de dos años. Del mismo modo, la norma instituyó un mecanismo de compensación, al cual se acogieron de forma voluntaria los trabajadores que dejaron la actividad pesquera industrial.

Otro de los aspectos que tuvo en cuenta el D.L. 1084 es el correspondiente a un sistema de jubilación adelantada, al cual pudieron acceder los hombres de mar mayores de 50 años, a través del Fondo de Compensación para el Ordenamiento Pesquero-FONCOPES.

Además, a través de este dispositivo se buscó la solución a los problemas que aquejaban a unos siete mil pescadores jubilados de todo el litoral, quienes aportaron a la Caja de Beneficios y Seguridad Social del Pescador-CBBSP. Al respecto, la norma estipuló que los dueños de las embarcaciones pesqueras realizaron un aporte social de carácter temporal de 1.95 dólares por tonelada de pescado que procesen por un periodo de diez años. Este pago fue destinado al fondo para el pago de los jubilados.

A nivel comunicacional la promulgación del D.L. 1084 fue el caso mediático más importante del Ministerio de la Producción, en su corta historia, debido a que su dación ocasionó discrepancias entre diversos agentes de la pesca a lo largo del litoral.

Ante esta situación y posible arribo de crisis comunicacionales se planteó a la dirección de la OCII, y al jefe de prensa, valorar la nota de prensa como esencial herramienta comunicativa a nivel externo. Para ello era necesario un cambio en su estructura y estilo. De esta manera, se facilitaría el trabajo a los hombres de prensa, además de evitar la tergiversación de los mensajes del Produce.

En ese sentido, para el presente trabajo de sistematización, se realizó la comparación de diversas notas de prensa elaboradas entre el año 2007 y 2008. Para ello, se accedió al archivo de la institución.

Cabe mencionar que durante los años 2007 y 2008 el flujograma de elaboración de las notas de prensa, no varió. Es decir, continuó con el mismo esquema.

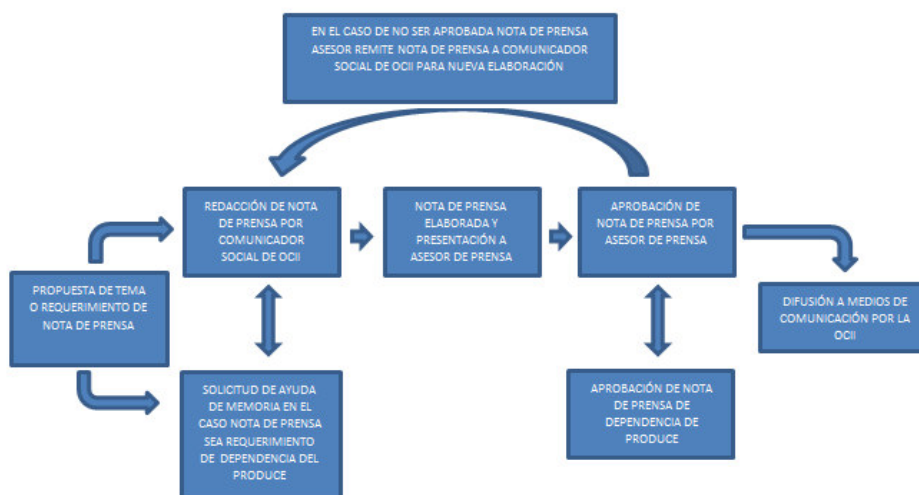


Figura 4

Flujograma de elaboración de las notas de prensa del Ministerio de la Producción  
Fuente: Elaboración propia

### 2.1.1 Criterio de justificación

El establecimiento del sistema de cuotas pesqueras de anchoveta para la flota industrial<sup>9</sup>, fue el cambio más drástico empleado por el gobierno peruano en el sector pesca. Debido a ello, resultó relevante conocer el manejo a nivel comunicacional que realizó la oficina de relaciones públicas del Produce ante este suceso.

<sup>9</sup> El sistema de cuotas pesqueras de anchoveta está dirigido para la flota industrial, aquella que realiza capturas para la elaboración de harina y aceite de pescado.

Como se mencionó en párrafos anteriores este nuevo sistema de pesca no fue del agrado de muchos gremios de pescadores del Perú dedicados a la captura de la anchoveta, quienes manifestaron su rechazo a este nuevo sistema.

Muchas opiniones vertidas por dirigentes y empresarios pesqueros, incluso antes del establecimiento de la norma, estuvieron dirigidas a instaurar rumores a los trabajadores de la pesca, indicando que un régimen de cuotas ocasionaría miles de despidos, creándose una fuerte resistencia a esta medida.



Figura 5

Captura de pantalla de la web del Diario La República  
Fuente: Archivo personal

Debido a este hecho, se propuso a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional y al jefe de prensa, que la nota de prensa se instituya como una herramienta comunicativa esencial del Produce. Esto hecho resulta valioso de análisis, teniendo en cuenta la importancia del mensaje para la política institucional de una entidad.

En ese sentido, la labor del comunicador social del Produce logró trascendencia, al ser el agente directo que con profesionalidad y experiencia logra transmitir mensajes claros y concisos a los medios de comunicación.

### **Validez**

El presente informe profesional busca dar respuesta a la problemática surgida en diversas instituciones públicas y privadas respecto a la estructura y estilo en el cual deben ser redactadas las notas de prensa institucionales.

Esta sistematización continuará vigente teniendo en cuenta que muchas entidades elaboran notas de prensa para difundir acciones comunicativas.

Así, resulta relevante que los comunicadores sociales conozcan la experiencia surgida en la OCII del Ministerio de la Producción.

### **Aplicabilidad**

Este estudio puede ser aplicado por diversas instituciones públicas y privadas



del Perú y el extranjero, que deseen remitir notas de prensa a los medios de comunicación.

Del mismo modo, permitirá que las oficinas de relaciones públicas posean herramientas que les permita mejorar sus indicadores de desempeño.

## **Innovación**

El trabajo presentado resulta innovador teniendo en cuenta que es la primera vez que un comunicador social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) analiza la evolución de la nota de prensa institucional de una entidad, tomando como tema central la instauración de las cuotas pesqueras de anchoveta en el Perú.

Del mismo modo, se ofrece en el presente informe la estructura organizativa comunicacional de una entidad pública nacional y la línea de trabajo que se realiza.

## **2.2 Objetivos de la Sistematización**

General:

- Valorar a la nota de prensa institucional como herramienta comunicativa en la oficina de relaciones públicas del Ministerio de la Producción.

Específicos:

- Analizar la estructura y estilo utilizado para la construcción de las notas de prensa institucional.
- Determinar el perfil de los trabajadores encargados de la redacción de las notas de prensa.
- Recuperar información que permita establecer el grado de aceptación que logró la nota de prensa elaboradas por Produce.

### **2.3 Espacio Temporal**

El espacio temporal elegido para el presente trabajo de sistematización comprende el año 2007 y además un periodo específico entre julio - agosto del 2008.

Se tomaron en cuenta cinco notas de prensa del Produce del año 2007 relacionadas al sector pesquero. En el caso del año 2008, también se tomaron cinco notas de prensa publicadas luego de la emisión del Decreto Legislativo 1084, el 28 de junio de ese año. Es decir, en total diez notas de prensa analizadas en el presente informe.

Cabe señalar que las notas de prensa examinadas poseen contenido informativo referido al sector pesquero y remitidos a los medios de comunicación a nivel nacional, así como a corresponsales de la prensa extranjera en el Perú.

Es importante mencionar que la selección del periodo de análisis para el año 2007 se realizó de manera aleatoria, en contraposición de la etapa julio y agosto

del año 2008, fecha donde se instauraron las cuotas pesqueras industriales de anchoveta.

## Capítulo 3

### EL MARCO DE REFERENCIA DE LA SISTEMATIZACIÓN

#### 3.1 Relaciones públicas

Son diversos los autores que buscan definir a las relaciones públicas (RR.PP.) y su trascendencia dentro de las organizaciones.

Ellos coinciden en que es un instrumento valioso para la obtención de credibilidad y confianza, así como para el entendimiento entre una organización y sus públicos objetivos.

A nivel histórico, Palencia (2011) define el término de la siguiente manera:

A pesar de que los términos relaciones y públicas tienen una raíz cultural grecolatina, el concepto relaciones públicas como actividad técnica o disciplina proviene de la expresión anglosajona: *public relations*, más concretamente de la cultura norteamericana de finales del siglo XIX. La divulgación de la expresión relaciones públicas en España se produjo ya en el siglo XX, en los años 50, y su introducción se produjo como una forma específica y definitoria de una actividad profesional a partir de una técnica instrumental estructurada en el ámbito de las ciencias sociales. (p. 27)

En la actualidad existen muchas definiciones de relaciones públicas, sin embargo, todas estas llevan como referentes a la organización y los públicos.

Al respecto Martini (2010) sostiene en el Portal RRPPNet que:

Las relaciones públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (párr. 1)

Esta definición permite acercarnos a la importancia de las relaciones públicas para las organizaciones tal como lo asegura Castillo (2010), no siendo extraño que desde sus orígenes las RR.PP. estén relacionadas directamente con la alta dirección de las empresas u organizaciones (p.11).

En esa línea, Barquero (2002) recalcó que los especialistas en relaciones públicas deben defender los intereses de quien los contrata, pero haciendo que éstos coincidan con los del público directo (p. 58).

Para L´etang (2009) las relaciones públicas implican comunicación e intercambio de ideas. Además, manifiesta que “son un bien social si facilitan el compartir información, educan a los ciudadanos y, así, promueven la democracia” (p.76).

Las RR.PP. tienen que saber cómo, cuándo y en qué momento oportuno podrán persuadir a los públicos con información, difundiéndola a través de los medios adecuados.

Precisamente, su función comunicativa es determinante “a través de una comunicación eficaz se puede construir, transmitir y preservar una clara visión compartida, los valores, la misión, y los objetivos de una organización” (Press, 2014, p. 20). Por ello, resulta clave la siguiente definición sobre la comunicación,

"llamándola como gestora primordial del cambio en las organizaciones". (Pinilla, 2000, p. 10).

¿Pero cuáles son los objetivos de las RR.PP.? Aguadero (2013) en su publicación *Relaciones Públicas y Comunicación: Un enfoque estratégico* añade que estos se pueden sintetizar en:

Controlar las actitudes y opiniones que los diferentes públicos tienen de la organización; asesorar a la más alta jerarquía en materia de comunicación, conducta y cultura organizacional; y, mantener informada a la dirección sobre las tendencias y los cambios en el endoentorno y exoentorno socioeconómico y político (p. 27).

No olvidemos que la historia ha demostrado que el hombre es un ser comunicativo por excelencia y su necesidad de expresarse ha originado el lenguaje, la escritura, entre otros.

Por su parte, Martínez (2012) manifiesta que "la comunicación en la organización permite la relación con los demás, aprender a trabajar, estar informado de lo que está sucediendo a nuestro alrededor, conocer políticas y procedimientos de dirección, dirigir equipos, entre otros" (p.6).

Entonces ¿cuál es la trascendencia de la comunicación en la actualidad y la importancia de un departamento que realiza esa tarea en la organización? El director de la carrera de Comunicación y Relaciones Públicas del Instituto Profesional AIEP (Chile), Vásquez (2013), sostiene que la comunicación hoy lo

es todo, explicando que resulta necesario que las organizaciones tengan dentro de su estructura un departamento de Comunicaciones que pueda encargarse tanto de la comunicación interna como externa, buscando obtener una ventaja comparativa con sus competidores.

Recordemos que la acción de transmisión de mensajes a aquellos públicos que no pertenecen a la organización se realiza a través de la denominada “comunicación externa”. De otro lado, la “comunicación interna” está dirigida a los colaboradores de la institución.

Barquero (2002) nos precisa la relación directa que existe entre la comunicación y las oficinas de relaciones públicas:

La comunicación es, pues, la transmisión de mensajes en los que el departamento de relaciones públicas de la empresa desempeña un importante papel persuasivo, por cuanto el trabajo parte de informaciones adecuadas y actualizadas y contrastadas, estudiando el posible impacto de los mismos antes que llegue al destino. El éxito consiste en que los mensajes que transmitimos sean captados y retenidos con credibilidad por el público para su posterior repetición, de manera que siempre que la empresa actúe, resulte que lo que hace en nombre del interés público y social, debiendo aparecer mensajes de credibilidad (...). (p.90)

Báez (2000) en su publicación *Comunicación Efectiva* sostuvo que la comunicación externa presenta el quehacer de la organización hacia el exterior, no solamente al usuario sino también a otras instituciones, ciudadanos y organizaciones internacionales. Refiere también que “el instrumento privilegiado

para realizar esta comunicación externa son los medios de comunicación de masas". (p. 47)

Cabe mencionar que las organizaciones tienen características propias que generan una percepción ante la opinión pública, entendida ésta como la aprobación o desaprobación de comportamientos y opiniones observables públicamente. (Noelle, 1995, p. 90)

Así es necesario recordar el concepto de imagen corporativa como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar esa organización.

Dowling (1994) indica que la imagen corporativa es considerada como la impresión total (creencias y sentimientos) que una organización genera en la mente de los públicos (Castellanos p.2). La imagen corporativa también viene a ser la manera por la cual la organización transmite quién es, qué es, qué hace y cómo lo hace.

Según Capriotti (1999), las fuentes de información que intervienen decisivamente en la construcción de la imagen son:

- Los medios de comunicación masivos: Son la institución privilegiada para elaborar y difundir información que sin duda determina la imagen de las organizaciones. Sin embargo, se debe diferenciar los mensajes comerciales directamente controlados por la organización y las noticias, es decir, aquellas informaciones que los públicos consideran propias del medio.
- Las relaciones interpersonales: En muchas ocasiones las relaciones interpersonales tienen más influencia en la formación de la imagen que los medios de comunicación, que simplemente



refuerzan actitudes preexistentes. En el ámbito de las relaciones personales como fuente de información hay que destacar la influencia de los grupos de referencia y la de los líderes de opinión. El grupo de referencia determina la conducta del individuo, ya sea porque éste acepta sus informaciones como evidencia de la realidad o porque utiliza los valores del grupo como pautas normativas para su propio comportamiento. Los líderes de opinión son personas cuyo alto grado de credibilidad se basa en su mayor conocimiento e implicación en un área determinada.

- La experiencia personal: Probablemente sea ésta la fuente de información más decisiva en la formación de la imagen de una organización. Esta fuente proporciona una información de primera mano, aunque es cierto que su influencia y su uso pueden estar mediatizados por cualquiera de las dos fuentes anteriormente descritas. La experiencia personal puede ser directa como por ejemplo el servicio de atención al cliente o mediante la participación de un acto organizado por la empresa, o indirecta cuando esa experiencia está relacionada con el consumo o uso de productos y servicios o con la observación del comportamiento de la organización en patrocinios, por ejemplo. (p. 97)

Cabe destacar que aunque las oficinas de relaciones públicas realizan diversas funciones, es la acción comunicativa la pieza fundamental para lograr los objetivos de las organizaciones a las cuales se representan.

### **3.2 Periodismo Institucional**

Según el portal web de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra Periodismo tiene como significado “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”.

Su real importancia en la actualidad radica en otorgar información a la ciudadanía del acontecer local, nacional e internacional. De esta manera, no solamente se forma opinión, sino también su aporte es fundamental para la democracia.

Se ha establecido que los orígenes del periodismo, datan de la baja edad media, cuando las noticias se transmitían en forma de canciones y relatos. “Lo que podríamos considerar periodismo moderno comenzó a principios del siglo VXII. Surgió literalmente a partir de las conversaciones que se mantenían en lugares públicos, sobre todo en los cafés de Inglaterra, y algo más tarde en los pubs de Estados Unidos”. (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 22)

Ciro Marcondes esbozó un cuadro evolutivo de cinco épocas distintas del periodismo (Felipe Pena, 2006). Estas son:

- Prehistoria del periodismo: de 1631 a 1789. Caracterizada por una economía elemental, producción artesanal y forma semejante al libro.
- Primer periodismo: 1789 a 1830. Caracterizado por el contenido literario y político, con texto crítico, economía deficitaria y dominado por escritores, políticos e intelectuales.
- Segundo periodismo: 1830 a 1900. Prensa de masas, marca el inicio de la profesionalización de los periodistas, la creación de reportajes y titulares, la utilización de la publicidad y la consolidación de la economía de empresa.
- Tercer periodismo: 1900 a 1960. Prensa monopolista, marcada por grandes tiradas, influencia de las relaciones públicas, grandes firmas políticas y fuertes grupos editoriales que monopolizan el mercado.
- Cuarto Periodismo: 1960 en adelante. Caracterizado por la información electrónica e interactiva, así como la amplia utilización de la tecnología, cambio de las funciones del periodista, mucha velocidad en la transmisión de informaciones, valoración de lo visual y crisis de la prensa escrita. (p. 35)

Es importante mencionar que aunque el periodismo ha sufrido una serie de cambios y transformaciones durante los años, lo que ha resultado imperturbable en su discurso es la noticia como fin.

“El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. Y, por medio del lenguaje, permite descifrar y comprender las cosas que han sucedido en el mundo porque destacan, entre todo lo que pasa, aquello que considera interesante”. (Edo, 2009, p.18)

Diversos expertos mencionan, además, que existen diversos tipos de periodismo, destacando el informativo, interpretativo y de opinión. En ese sentido, la definición de periodismo institucional es todo un reto debido a que no forma parte los géneros tradicionales antes mencionados.

Los géneros periodísticos poseen particularidades especiales en su construcción. De esta manera, manifestó que la principal característica del periodismo informativo es el lenguaje denotativo que conlleva, es decir “objetividad en la narración y descripción de los hechos: por lo tanto, ajena a permitir giros literarios: el lead o entrada basado en las 5W o el destacar algunas de ellas; en la estructura textual empleo de la pirámide invertida”. (Orbegozo, 2000, p. 324), así lo destaca el extinto periodista y catedrático sanmarquino en su publicación *Periodismo*.

Por otro lado, reconoce que el periodismo interpretativo posee un lenguaje denotativo y connotativo, es decir subjetivo en la narración y descriptivo en los hechos, con permisividad literaria. Así posee entrada, hace uso de tres de las 5W (dónde, cuándo, quién, por qué y cómo) hace uso de preferencia de un juicio de valor; y en su estructura textual, utiliza giros literarios y empleo o prescinde de la “pirámide invertida”.

Del mismo modo, y al referirse al periodismo de opinión, Orbegozo reveló que este género también contempla un lenguaje denotativo y connotativo, desarrollando la subjetividad del escritor en el texto, a través de la opinión que puede ser colectiva (editorial) o de manera personal, exponiéndose sistemáticamente y con bases o argumentos, la opinión vertida.

Entonces ¿Cómo podría definirse al periodismo institucional y en qué lenguaje deben estar redactadas las notas de prensa para cumplir su función comunicativa?

Otro autor que quizás realizó un adecuado resumen del concepto de periodismo empresarial o institucional lo define de la siguiente manera: “Forma parte de los procesos de comunicación de las empresas e instituciones, a las que dinamiza para que mejoren su presencia en la sociedad y optimicen sus funciones en relación con su objetivo de obtener beneficios o de prestar servicios”. (Cebrián, 2012, p.13)

Igualmente, recalcó que este tipo de periodismo no tiene autonomía, sino que está determinado por el planteamiento de las empresas y de su gabinete de comunicación, buscando extender su accionar ante los medios de comunicación. De esta manera, busca mejorar en la reputación y el reconocimiento de las empresas o instituciones, cual sea el caso.

De otro lado, Cebrián recuerda que los medios de comunicación social al igual que los gabinetes de comunicación de las empresas pertenecen a empresas y

buscan rendimiento económico y la penetración de su ideología o visión de la realidad en la sociedad.

¿Pero cuál es la principal herramienta comunicativa utilizada por los gabinetes de comunicación? La nota de prensa “es un escrito que reúne la información fundamental sobre algún tema, persona y/o producto, que se envía a los medios de comunicación para que éstos se encarguen de difundirla entre la población”. (Rojas, 2003, párr. 1), la cual es herramienta fundamental para las oficinas de relaciones públicas y su relación con los medios de comunicación.

Prado (2006), en la web site *borrones.net* y dirigida a estudiantes de comunicación, revela que “en la labor de relaciones públicas dentro de una organización, se utiliza el estilo periodístico para preparar notas informativas de prensa que se envían a los medios de comunicación para dar cuenta de las actividades de la empresa y que por su trascendencia merecen ser conocidas por la colectividad”. (párr. 1)

Recordemos que para el periodismo institucional los medios de comunicación son el ente transmisor del mensaje elaborado por los gabinetes de comunicación, tal como lo recuerda el comunicador Benavides (2001) en su publicación *Dirección de comunicación empresarial e institucional*.

Si hablamos de comunicación estratégica, los medios de comunicación no deben ser considerados como fuente o emisores de la comunicación tal como hace la Estructura de la Comunicación de Masas, la Sociología o el Content Análisis, sino como los

canales utilizados por el emisor o comunicador público para hacer llegar los mensajes a sus públicos. (p. 270)

Entonces, Benavides es claro en precisar que los medios de comunicación son el mecanismo intermediario e ideal para que las instituciones hagan llegar a su público los mensajes que requieran brindar.

### **3.3 Nota de prensa y noticia**

La difusión del material periodístico elaborado en las organizaciones se realiza principalmente a través las oficinas de relaciones públicas o también denominadas gabinetes de comunicación, siendo su principal herramienta de difusión, a nivel externo, las notas de prensa.

Cabe resaltar que los mensajes que se plasman en ese documento resultan valiosos para los periodistas al ser la comunicación oficial de la entidad. Rojas (2014), describe brevemente la historia de la nota de prensa.

En la antigüedad, las noticias siempre eran llevadas por mensajeros que recorrían grandes distancias para difundir de viva voz o mediante sencillas cartas la información entre los gobernantes y éstos, a su vez, se encargaban de trasmitirla al pueblo. El ejemplo clásico lo tenemos en la gesta del soldado Filípides, quien, en el año 430 DC, corrió 40 kilómetros para anunciar el triunfo de los griegos frente a los persas, muriendo momentos después de haber dado la buena nueva. Este esfuerzo de comunicación es recordado hoy en día en la prueba deportiva conocida como "Maratón". Varios siglos después, con la invención de la imprenta en el siglo XV, la humanidad vivió una gran revolución ideológica, gracias a la posibilidad de la difusión de mensajes entre miles de personas en un soporte estable, de fácil distribución y bajo coste. No fue casual que el primer libro que se imprimiese fuese la Biblia, sumum de la propagación ideológica. Durante el siglo XVII, algunos periódicos comenzaron a editarse en varios países y desde su nacimiento recibían información para su publicación de diferentes actores de la vida pública en forma de

cartas, sermones, panfletos y ensayos. El poder de influencia que tuvieron estos medios los convirtió instrumentos de propaganda para la movilización social, política y económica, que daría pie a los movimientos revolucionarios e independentistas de las sociedades de todo el mundo. En el año 1748, el King's College (actual Universidad de Columbia en EE.UU.) envió la primera nota de prensa con la finalidad de obtener cobertura en los medios de comunicación. La nota de prensa se extendió rápidamente durante el siglo XIX, al nacer la profesión de agentes de prensa, quienes se encargaban de realizar acciones propagandísticas y comerciales a través de escritos que preparaban a nombre de personas y empresas, y que distribuían finalmente entre periódicos de la época. Hoy en día, existen servicios de distribución de notas de prensa que pueden hacer llegar la información en segundos a miles de medios, acompañando los datos escritos con imágenes, sonidos y contenidos interactivos. (párr. 2)

“Una nota de prensa es la información que una organización elabora para informar a los medios de comunicación. Esto se hace con el fin de que la información llegue a sus audiencias”. (Fernández, 2007, p.133)

La nota de prensa emitida por las organizaciones debe poseer un carácter noticioso. Así, Yanes (2013) sostiene que esta característica le permitirá que sea considerada por los medios de comunicación.

Son muchas las notas de prensa que llegan diariamente a los medios de comunicación, y algunos estudios aseguran que sólo el 21% de estas informaciones llegan a publicarse. Por ello, es precisa una buena elaboración para que el periodista, que es receptor y emisor a la vez, decida que es merecedora de incluirse dentro de ese pequeño porcentaje. Y para conseguir que la actividad del gabinete de comunicación sea eficaz y gane credibilidad ante los medios informativos, además de disponer de personal cualificado, es necesario que todo el trabajo esté basado en la planificación, la coordinación y la seriedad. (párr. 8)

Cabe destacar que en una investigación elaborada por el Estudio de Comunicación y Demométrica de España en el año 2006, donde se entrevistó

a 220 de un universo de 850 redactores jefes en España, se sostiene que los hombres de prensa desechan el 85% de las notas de prensa que llegan a la redacción.

Así, el director de Demométrica, Miguel de la Fuente, señala que se ha podido observar que “(las notas de prensa) no están redactadas con mentalidad periodística, son muy publicitarias, no incluyen suficiente información y tienen mucha ‘paja’. Pero, en cualquier caso, la mitad de los periodistas reconoce que no tiene tiempo suficiente para analizar las notas que recibe”. (párr. 4)

Por ello, es preciso mencionar que la nota de prensa redactada por los gabinetes de comunicación debe ser elaborada como si se fueran a incluir en un medio de comunicación. “En una nota de prensa es necesario distribuir las ideas de forma jerarquizada, de modo que el comunicador político debe concretar una titulación con sus subtítulos, entradilla y cuerpo”. (Yanes, 2013, p. 13)

Por su parte, el comunicador español hace referencia del ideal que busca toda oficina de relaciones públicas: que el contenido de la nota de prensa sea publicada en los medios de comunicación tal cual se ha remitido. “Para ello se recomienda elaborarlo con criterios periodísticos”. (Castillo, 2010, p.111)

Julia Mendoza, asesora de prensa de la ex ministra de la Producción del Perú, Gladys Triveño, y periodista con más de 20 años de experiencia, ratifica la importancia de las notas de prensa y que esta “forma parte del conjunto de productos que elabora la oficina de prensa de una organización para comunicar



sus mensajes y en la medida en que su contenido sea noticioso, claro, breve y de actualidad. Ello para lograr el efecto esperado, que es la difusión”.  
(Comunicación personal, 21 de julio de 2014)

Del mismo modo, indica que este documento puede dar pie al inicio de un proceso comunicacional el cual deberá ser reforzado con otras herramientas, como las entrevistas.

Pero ¿cuáles son las ventajas de una nota de prensa? Fernández (2007) manifiesta que son varias, entre ellas:

Evita una rueda de prensa, acto que en ocasiones incomoda a los medios de comunicación por la cantidad de tiempo que se emplea en ellas.  
Si está bien redactada, aporta información que puede ser muy útil para el trabajo del periodista. De hecho, en ocasiones, el material de la nota de prensa es la única fuente de elaboración de noticias. Resulta una manera económica de mantener informados a los medios de comunicación del trabajo y de las actividades de nuestra organización. (p.135)

Sin embargo, es preciso mencionar que no solamente una buena redacción permitirá que la nota de prensa sea publicada en los medios de comunicación. Resulta trascendental que este contenga un hecho noticioso y que sea de interés. Por ello, Sanz y Fraser (2003) indican que es importante saber seleccionar el medio de comunicación al cual se enviará el comunicado de prensa, “así también la ocasión, porque, si el texto no despierta interés, no se difundirá”. (p. 156)

Entonces ¿la noticia es lo más importante? Según la RAE, la palabra *Noticia* se deriva del latín *Notitia*, y se define, en su segunda acepción como el “Contenido de una comunicación antes desconocida. Dar noticia de un acuerdo”.

Sin embargo, en la práctica para Castelli (1981) señala que definir “*Noticia*” es sumamente complicado y de difícil comprensión en pocas palabras. (p.36)

Martínez (como se citó en Juárez, 2010) afirma en el *Diccionario General de Periodismo* que: “(La noticia) es el abordaje de un acontecimiento que se decide convertir en pieza comunicacional para difundirla a través de un medio, el acontecimiento en si no es la noticia, la noticia es esa producción basada en lo intelectual y elaborada con datos; cualidades, que caracterizan la profesión del periodista”. (párr. 7)

Del mismo modo,) en el *Manual de Estilo del Diario El Tiempo de Colombia* define la palabra noticia como la “narración objetiva, veraz, completa y oportuna de un acontecimiento de interés general. Esta definición excluye cualquier opinión personal del periodista”. (Santos, 2000, p. 40)

De esta manera, es necesario señalar la trascendencia de la noticia, tal como lo refiere Martini (2004), quien indica que es a través de ésta como la población puede conocer una parte de la realidad social que no pueden acceder de manera directa. (p.15)

Diversos autores sostienen que la noticia debe estar estructurada a través del modelo de la pirámide invertida, atribuido a Melville Stone, primer director periodístico de Associated Press. Además, debe responder las interrogantes básicas propuestas en las 5w, es decir: What? (¿Qué?), Who? (¿Quién?), Where? (¿Dónde?), When? (¿Cuándo?), Why? (¿Por qué?), además de How? (¿Cómo?).

El comunicador Bergero (2013) detalla en su publicación *Así comienza a escribirse una noticia*, el surgimiento de la pirámide invertida y el uso de las 5w:

A fines del siglo XIX comenzó a tomar forma la idea de que el primer párrafo de la noticia era una de las partes más importantes de la información. Es que la tecnología existente para la transmisión de las noticias (un cable de telégrafo y los transmisores morse) se convirtió en un cuello de botella que terminaba ahogando a los corresponsales de los medios en el extranjero o en los frentes de algunas de las tantas batallas libradas por esas épocas que querían enviar su información a las sedes de los medios. (...)

Era tal la aglomeración de corresponsales urgidos por contar lo que pasaba, que una vez decidieron organizarse. El acuerdo fue escribir textos breves, que contestaran en primer lugar a los interrogantes básicos que los lectores se harían sobre un determinado hecho.

La fórmula –que muchos atribuyen a Melville Stone, primer director de la agencia Associated Press- era responder a las siguientes preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo. En inglés la cosa sería what, who, where, when, why y un incómodo how que no alcanza para romper el mote de “las 5 w” con las que se conoció la fórmula desde entonces. (párr. 1)

En ese sentido, Nanni y Baggio (2005) indican que el método de la pirámide invertida consiste en colocar el núcleo de la información en el primer párrafo y los detalles que complementan se redactan en orden de mayor a menor importancia. De esta manera, se ayuda al lector a seleccionar los datos más importantes de cada información. (párr. 17)

Posteriormente, refieren que la estructura está determinada por dos relatos:

Uno altamente condensado y otro desglosado. El relato condensado se ofrece en la entrada (primer párrafo), sirve al lector como primera aproximación al hecho noticioso y debe cumplir con el objetivo fundamental de ofrecer información general, atraer y conservar el interés del público. Los aspectos resumidos en la entrada se desarrollan en los siguientes párrafos, o cuerpo de la pirámide invertida, de acuerdo con su valor informativo, por medio de párrafos independientes y cortos. (p. 2)

Así este primer párrafo es el lead de la nota, y el segundo componente es el cuerpo, es decir a través de una estructura jerárquica donde lo más importante se coloca en primera instancia.

Gomis (2008) manifiesta también que MacDougall sostiene que este tipo de estructura presenta ventajas: Es de fácil lectura, satisface la curiosidad, el lector puede cortar la lectura cuando lo desee, además de facilitar la redacción de los titulares (p. 32). También indica que Hohenberg afirma que la pirámide invertida es la más vieja, conveniente y útil estructura de las noticias. (p. 147)

Por su parte Orbegozo (2000) sostiene que el periodista debe lograr que su noticia tenga una importante cantidad de datos lo cual le atribuirá que ésta sea considerada como valiosa. Asimismo, deberá contener una estructura de “pirámide invertida”.

El periodista deberá siempre observar y hacer esfuerzos porque su noticia tenga una mayoría de datos; en general, la información que tiene más datos es más valiosa que aquella que tiene menos datos. Escrita la entrada en la que constan los elementos principales del hecho, en el cuerpo hay que poner todo lo demás, tomando en cuenta que debe prevalecer un criterio valorativo de tal forma que la noticia sea lo que se llama “una pirámide invertida”, boca abajo;

los datos más importantes, colocados, arriba, en la base; y los menos importantes, abajo, en el vértice o punta de la pirámide. El “cuerpo de la noticia” debe contener el desarrollo de las “5W” que en el “lead” solo fueron una mera enunciación. (p. 127)

### **3.4 El lenguaje y estilo periodístico**

Para la RAE, la palabra “lenguaje” tiene como significado en su cuarta acepción “estilo y modo de hablar y escribir de cada persona en particular”.

En ese sentido, la periodista española Edo (2009) sostiene que “para que exista un lenguaje es necesario contar con un sistema de signos que puedan combinarse entre sí de acuerdo con unas normas establecidas previamente”. (p.19)

En el contexto del presente informe de sistematización se puede considerar el término “particular”, como aquel lenguaje que debe poseer una singularidad, especialidad e individualidad. Así, podría considerarse que el lenguaje periodístico es aquel dominado por los hombres de prensa.

Martínez (2006) define el lenguaje periodístico de la siguiente manera:

Es el lenguaje profesional usado por determinados expertos de la comunicación masiva para la producción de mensajes periodísticos, sea cual sea el medio o canal utilizado para su difusión: periódicos, radio y televisión. (...). El lenguaje periodístico es un fenómeno de comunicación lingüista que tiene sus propias señas de identidad, unas señas de identidad que aparecen no por razón del canal o medio de difusión, sino por razón de los objetivos sociales que el periodismo está obligado a alcanzar. (p. 187)

De esta manera, es importante precisar que el lenguaje periodístico debe poseer particularidades especiales, tal como lo menciona Martínez: buscar atraer al lector y poseer claridad, deben ser las premisas.

Dallal (2007) también orienta acerca de algunas características que debe poseer el lenguaje periodístico. Afirma que éste debe informar y orientar. De la misma manera, comunicar de manera directa, adaptarse al lenguaje común, ser fluido, accesible y comprensible. También, ser veraz, actual, inmediato y estar sintetizado. (p. 51-52)

“Desde el punto de vista técnico la operatividad y funcionalidad del lenguaje periodístico radica en su enorme adaptabilidad al medio que utiliza para hacerse presente en la mente y mentalidad del receptor”. (Dallal, 2007, p. 52)

Armentia y Caminos (2008) indican que el texto elaborado periodísticamente busca una comunicación inmediata con un grupo de lectores con capacidades diferentes y distintos niveles de cultura. Esto es importante, porque debido a ello se necesita utilizar un lenguaje peculiar que posea las características de claridad, concisión y naturalidad, para ello citan al español Martin Vivaldi:

Claridad: La claridad significa la utilización de expresiones que estén al alcance de una persona de cultura media. Significa también un vocabulario o léxico al alcance de la mayoría: ni preciosista ni excesivamente técnico. (...)

Concisión: La concisión hay que entenderla como el uso exclusivo de aquellas palabras que sean absolutamente precisas para expresar lo que queremos (...)

Naturalidad: La naturalidad es otra condición imprescindible del buen lenguaje periodístico, utilizar un estilo natural significa “huir de lo enrevesado, de lo artificioso de lo complicado, de lo barroco.

Escribir naturalmente es procurar adaptar el estilo de fondo. Es decir, procurar que las frases sean las propias, las que el tema exige. Un escritor es natural cuando se sirve de su propio vocabulario, de su habitual modo expresivo. (p. 12)

Del mismo modo, el extinto profesor de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), Orbegozo (2000) subraya que el lenguaje periodístico debe cumplir una serie de características que permitan lograr su objetivo comunicativo. Estas deben contener las siguientes: claridad, concisión, precisión y brevedad. (p.21)

La claridad en los textos, manifiesta que esto permite que un mensaje sea comprendido “o como dicen los teóricos, decodificado rápidamente por sus destinatarios” (Orbegozo, 2000, p.25). Asimismo, revela que si un mensaje padece de fallas sintácticas o semánticas el lector tendrá dificultades para su comprensión. “Lo importante será, entonces, procurar que todo lo que se escribe aspire a ser no sólo correcto, sino instantáneamente comprendido”. (Orbegozo, 2000, p.25)

Respecto a la concisión, se hace referencia que solo se debe emplear el número de palabras exactas que exige el mensaje. “Ni una más ni una menos; o mejor dicho, mientras menos palabras inútiles, mejor”. (Orbegozo, 2000, p. 41)

Orbegozo (2000) indica que la precisión consiste en utilizar durante la redacción los términos menos ambiguos posibles. “Consiste en emplear la palabra más adecuada para lo que uno quiere decir” (p.47). Sin embargo, es importante

mencionar que refiere que no solamente la precisión debe referirse a las palabras, sino también a las ideas.

En relación a la brevedad se establece que los textos deben escribirse en oraciones y frases cortas que permiten no perturbar el entendimiento. “De lo que se trata es, pues, de ofrecerle al lector uno o dos pensamientos o frases en cada párrafo y no cuatro o diez, como suele suceder a menudo. Esta última práctica errónea coopera de manera contundente a convertir el mensaje en ilegible”. (Orbegozo, 2000, p.53)

El *Manual de Estilo de Radio Televisión Española* (RTVE) en el 2010, nos da algunas pistas respecto a los requisitos del mensaje periodístico: “Uno de los requisitos de todo mensaje periodístico es que resulte comprensible. (...) Las condiciones de claridad, precisión y brevedad son inherentes en la redacción de los textos periodísticos, pero siempre desde el correcto uso de los idiomas”. (párr. 3)

De otro lado, aunque RTVE es una empresa de comunicación que transmite mensajes audiovisuales, nos incide que el principal objetivo de los periodistas es darse a entender al público, quedando determinado que el mensaje debe poseer como un componente primigenio la claridad.

La profesora Mapelli (2014) valora, por su parte, al lenguaje periodístico como el mediador entre el lenguaje específico y la lengua común, favoreciendo la difusión de los mensajes.



El mensaje periodístico es la materia prima, básica y fundamental del periodismo. Es la secuencia de signos y significados transmitidos entre un emisor y un receptor por medio de un canal que constituye el soporte físico indispensable para la transmisión. Este mensaje tendrá características distintas según el destinatario, la finalidad y el canal utilizado. (párr. 2)

Ahora se buscará precisar acerca del estilo periodístico, pero antes es necesario precisar el significado de “Estilo”, tal como lo refiere la Real Academia de la Lengua Española (RAE).

Para la RAE la palabra estilo proviene del latín *stilus*, y del griego *στυλος* y en su primera acepción refiere al “punzón con el cual escribían los antiguos en tablas enceradas”. Sin embargo, es en la quinta acepción que tiene relación con el presente trabajo de sistematización: “manera de escribir o de hablar peculiar de un escritor o de un orador”.

En el portal RRPPNet refiere que “el estilo es el conjunto de características o cualidad que diferencian y distinguen una forma de escribir de otra. El estilo es el sentido vital, la personalidad transferida al desarrollo oral o escrito del tema”. (Cosgaya, 2014, párr. 19)

Pero ¿cuál es el objetivo del estilo periodístico? Edo (2009) indica que este es atraer al lector y lograr que se interese por el contenido de la nota. Así afirma que esto se logra a partir de la claridad, corrección y la forma de contar la historia. De esta manera, que se interese y en el mejor de los casos que llegue a opinar.

El estilo periodístico busca informar a los lectores y transmitir datos ciertos cumpliendo todas las condiciones del lenguaje periodístico que se han explicado en el capítulo anterior pero destacando tres: concisión, claridad y una construcción que cautive al lector, radioyentes, telespectador o internauta, de acuerdo con todas las posibilidades tecnológicas actuales (p.38).

De otro lado, es importante mencionar lo escrito por Bočková (2008) en su Tesis

“El Subjuntivo en el Estilo Periodístico” quien afirma lo siguiente:

(El estilo periodístico) es considerado como uno de los más jóvenes de todos los estilos. Su origen podemos encontrarlo en el estilo especializado y en el estilo retórico, es decir, tiene el carácter de estos estilos y está con ellos estrechamente relacionado. El estilo periodístico se ha desarrollado en determinadas condiciones político-sociales, acompañadas por la evolución de la sociedad y del progreso técnico. Hoy en día sirve este estilo para informar más concreta y exactamente al público amplio sobre los temas y eventos actuales. Sus rasgos más destacados son la exactitud, la penetrabilidad, la claridad, el arte de persuadir y la variedad de expresiones. Las cualidades más características del estilo periodístico son la actualidad, (la cualidad más importante), la brevedad y la variabilidad. Es un estilo de carácter impersonal, es decir, la importancia del texto se refiere a los hechos, no al autor que suele ser desconocido. De cara al estilo, lo lógico es una distanciación hacia el lector. La noticia no sólo se escribe, sino que también es un discurso público. El discurso periodístico es impersonal ya que no lo origina y expresa un solo individuo sino organizaciones institucionalizadas. Esto quiere decir que no solamente está ausente el “usted” sino también el “yo” individual. Los textos periodísticos no expresan las ideas privadas. El “yo” está presente como un mediador de los hechos. (p. 10)

Las características más destacadas del estilo informativo son “la claridad, la naturalidad, la concisión y las expresiones que sirven para llamar la atención. Esta última característica –captar la atención del lector desde el primer momento de la lectura– es muy importante. Pero atraer de la atención coincide con la claridad del texto” (Bočková, 2008, p.11).

En definitiva, el mensaje y el estilo van de la mano con la legibilidad, a fin de que las notas de prensa sean lo más informativas posibles, situación que facilitará a los medios la publicación de los comunicados.

### **3.5 La elaboración del mensaje**

Una de las principales acciones que cumple el comunicador en la organización, sea esta pública o privada, es la elaboración de mensajes. Estos deben contener una serie de características con la finalidad que lleguen sin distorsiones al público objetivo.

Recordemos que los mensajes son enviados tanto al público interno como el externo y resultan de gran interés central para la organización, porque será el reflejo de su imagen ante la opinión pública.

Barquero (2002) manifiesta que sin la transmisión de mensajes de calidad, contenido y rigor se rompería la conexión entre la organización con la opinión pública y la falta de comunicación, desencadenaría en una crisis. (p. 90)

Asimismo, “las personas, empresas e instituciones, en su actuación envían mensajes a sus diferentes públicos. Las relaciones públicas pueden, así, hacer que estos mensajes sean los adecuados, se envíen por los canales adecuados y sean comprensibles para todos los públicos”. (Palencia, 2011, p.30)

Xifra (2008) indica que Broom (1982) identifica los roles que ejercen los profesionales de las Relaciones Públicas en las organizaciones. Destacando a dos: el técnico en comunicación y director en comunicación.

Los técnicos en comunicación, como su nombre indica, desempeñan funciones técnicas y su tarea principal es la redacción de mensajes destinados a los diferentes públicos. En el caso de las relaciones con la prensa, el técnico en comunicación actúa como redactor periodístico, suministrando a los medios los comunicados y materiales de prensa necesarios para una cobertura eficaz de los acontecimientos. (...). Los *directores de comunicación* son responsables de la planificación y gestión de los programas de relaciones públicas. Asesorar a la alta dirección y toman decisiones sobre la política comunicativa de la organización. (p. 28).

Pero ¿cuáles son las funciones que realiza un especialista en relaciones públicas dentro de la empresa? Manuel Palencia y Jordi Xifra nos detallan algunas de ellas: asesorar a la dirección acerca de políticas, relaciones y comunicaciones; relacionar a la organización con los medios de comunicación; difundir mensajes planificados para promover sus intereses; relaciones públicas en situaciones de crisis; entre otros.

Aunque la comunicación externa es el punto central en el presente trabajo de sistematización, el relacionista público tiene entre sus funciones labores de comunicación interna que debe de realizar, donde también el uso del mensaje tiene una labor primigenia. Es aquí donde se pueden mencionar la relación con distintos departamentos de la organización, el trabajo comunicacional con los sindicatos en representación de la empresa, cambios de imagen corporativa, persuasión del público de la organización y demás.

Es más, los propios comunicadores vienen reconociendo la importancia que la comunicación viene logrando en la gestión de las instituciones públicas, tal como lo demuestra el estudio realizado por la red Dircom en España denominado: “La Dirección de Comunicación en las Administraciones Públicas. Retos y Oportunidades”, se precisa que se entrevistó a 24 responsables de comunicación de diversas entidades y se señala que “parece claro que las administraciones públicas españolas reconocen la trascendencia que la función de Comunicación tiene para sus objetivos y, en esa línea, han consolidado en sus organigramas la figura de un responsable de su gestión”. (Dircom, 2007, párr. 12)

Y así como los comunicadores reconocen esa importancia, los funcionarios públicos y las propias instituciones ya están empezando a confiar en su área de Comunicaciones, quienes definirán la política comunicacional de todo un sector.

### **3.6 La relación de las oficinas de relaciones públicas gubernamentales con los medios de comunicación**

Un factor significativo en las relaciones públicas es la construcción de empatía entre los miembros del gabinete de relaciones públicas, los líderes de opinión y la organización. Es importante recalcar que la empatía facilita la persuasión para la difusión del mensaje de la institución.

Al respecto, algunos prestigiosos analistas de las relaciones públicas como Bernays y Black (Como se citó en Barquero, 2002), enfatizan la real importancia de ganarse la simpatía y la confianza de los periodistas. (p.90)

Una forma es facilitando datos fidedignos de un sector determinado. Esto, afirma José Daniel Barquero, es una manera de evidenciar que, por una parte, estamos bien informados y que por otra, tratamos de colaborar desinteresadamente con los medios de comunicación.

Sánchez (2005) considera que uno de los elementos que permiten ganarse la fiabilidad y la credibilidad de los medios y de la audiencia, son la continuidad y la veracidad en la información los cuales constituyen la denominada transparencia informativa. (párr. 25)

Hasta ahí bien. Conviene ser transparentes siempre, ser interesantes para los medios, y esperar lo que ellos requieran. Diciendo siempre la verdad, nos evitamos ser desacreditados, para ello también es bueno analizar los riesgos de a veces decir la verdad a medias.

Barquero (2002) afirma que: “El departamento de RRPP no debe recriminar bajo ningún concepto al periodista cuando un artículo o información no se publica; podría ser contraproducente. Lo que para la empresa puede ser noticia, sino se le da el trato adecuado, para el periodista no lo es”.

Todo lo antes mencionado resulta importante, sin embargo lo son también los principios que deben tener los periodistas, al ser ellos quienes transmitirán los mensajes al público lector.

Para Kovach y Rosenstiel (2003) el primer principio “debe estar centrado en proporcionar al ciudadano de información que le permita ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo”. (p. 9)

Por ello, el periodista debe seguir primordialmente la verdad, ser leal ante los ciudadanos, debe verificar la información y mantenerse independiente. Algunos autores refieren que existen una serie de estrategias y tácticas para construir una relación productiva entre las oficinas de relaciones públicas y los hombres de prensa.

Así, Rojas (2012) nos menciona las siguientes:

- a) Contactar con los periodistas solo cuando se tenga una noticia que ofrecer. (La mejor forma de crearse una reputación como fuente de información digna de atención es ofrecer datos sobre auténticas y relevantes novedades)
- b) Personalizar la información según el medio de que se trate. (Una revista especializada necesitará más información técnica que una dirigida al público en general, por ejemplo)
- c) Ser franco y servicial. (Si un periodista necesita ayuda y no podemos brindársela, lo mejor es indicarle otra persona que quizás sí pueda atenderlo).
- d) Responder con agilidad. (Si las solicitudes de los periodistas son respondidas rápidamente, existen más posibilidades de que los mensajes de la organización sean difundidos)
- e) No reñir con los periodistas. (Puede haber discusiones constructivas sobre temas concretos, pero pelearse con un informador porque no sacó una nota o porque dejó de asistir a un evento es un error muy grave. Hay que recordar que no hay obligación de transmitir ninguna información si el medio no lo considera noticiosa). (...)

- f) Dar el mismo trato a todos los periodistas. (Aunque se trate de un informador novato, no hay que olvidar que el tiempo pasa y éste podrá alcanzar posiciones estratégicas dentro de los medios). (...)
- g) No solicitar ver los contenidos elaborados por periodistas antes de que se publiquen. (Puede considerarse una intromisión en la labor informativa y un intento de censura). (p.134)

Rojas es puntual al decir que es mejor una estrecha relación entre las oficinas de prensa de una institución y los periodistas de un medio, evitando malograr la relación, para ello se debe hilar fino y tratarse como dos profesionales de respeto, y que comprenden cada uno su trabajo del otro.



## **Capítulo 4**

### **METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA**

La sistematización nos permite recoger aquellas experiencias alcanzadas en el ejercicio profesional y examinarlas, transformándose en conocimientos. De esta manera, se vuelve un modelo que puede ser replicado.

Así, el Ministerio de la Producción a través de su oficina de relaciones públicas reorientó su estrategia de trabajo a partir de la puesta en valor de un documento institucional, convirtiéndose en el primer cambio sustancial que realizó a nivel comunicacional.

Debido a ello se analizó la estructura y estilo de la nota de prensa en dos momentos determinados (años 2007 y 2008), comparándola con el modelo propuesto en el año 2012 por la investigadora española Busto-Salinas<sup>10</sup>.

#### **4.1 Del quehacer profesional, el objeto y los objetivos**

La metodología que se utilizó en la sistematización de la experiencia se concentra en la elección de diez notas de prensa institucionales, las cuales fueron elaboradas en contextos distintos.

---

<sup>10</sup> Lorena Busto- Salinas es una investigadora de la Facultad de Humanidades y Educación en la Universidad de Burgos (España).

De esta manera, luego de su evaluación tanto a nivel de estructura y estilo se identificaron elementos que permitieron ofrecer una pauta y orientación a los comunicadores sociales.

Los contenidos para la elaboración de la nota de prensa de la oficina de relaciones provenían de tres maneras distintas.

La primera a través de una ayuda de memoria, la cual procedía de alguna dirección general del Ministerio de la Producción, o caso contrario del Despacho Ministerial. Se utilizaba principalmente para la preparación de notas de prensa que eran entregadas a los periodistas de medios de comunicación, antes de una conferencia de prensa o actividad del ministro o viceministro de turno.

La segunda forma de recoger contenido era a través de la cobertura de las actividades ministeriales o viceministeriales. El comunicador de la OCII recopilaba información relevante durante la conferencia de prensa o actividad, la cual se complementaba con datos entregados por el área del Produce que estaba involucrada de manera directa o indirecta en el tema. Posteriormente, se remitía a los medios de comunicación.

Una forma adicional en la cual provenía la información para la elaboración de la nota de prensa era la Gaceta de Normas Legales del Diario Oficial El Peruano.

Cabe destacar que las notas de prensa, antes de instauración de las cuotas de prensa, no poseían una estructura definida, aunque intentaba recabar en el género periodístico informativo.

Las notas de prensa eran trabajadas por el comunicador social del área, sin embargo su edición y aprobación eran realizadas a consideración del jefe de prensa, previa coordinación, de ser el caso, con un área técnica respectiva.

En ese sentido, para el presente análisis se eligió la guía de elaboración de las notas prensa propuesto por Busto - Salinas (2012) quien realizó el trabajo “Aplicación de la redacción periodística a la nota de prensa”.

Para la autora, la nota de prensa institucional debe ser redactada como si fuese elaborada por un periodista de medio de comunicación escrito, con la intención que sea publicada sin apenas modificación (párr. 1).

La metodología utilizada por Busto-Salinas se basó en un estudio analítico inductivo a partir de la lectura de diarios seleccionados y la información que poseían, las cuales fueron proporcionadas por agencias de comunicación y relacionistas públicos.

Posteriormente, y luego de analizar los requerimientos de los relacionistas públicos de difusión, Busto-Salinas (2002) analizó los contenidos semánticos y estructurales de las publicaciones, con el objetivo de extraer las necesidades comunicativas propias y las posibilidades periodísticas.

Es importante precisar que el género en el cual debe estar redactada la nota de prensa es el informativo, con el objetivo de transmitir el mensaje de manera adecuada y evitar posibles confusiones en los periodistas receptores. En ese sentido, debe utilizarse un lenguaje sencillo y claro.

Busto-Salinas manifestó en cita a Yanes (2013) que:

Las notas de prensa deben escribirse con una densidad léxica máxima, basándose en un lenguaje ágil, variado y con ritmo, de manera que el periodista que lo recibe se vea atraído por el texto hasta el final del relato y le convenza de su importancia para ser publicado. (p.109)

En el presente trabajo de sistematización se examinaron diversas notas de prensa con el objetivo de determinar si poseen las características periodísticas (claridad, concisión y naturalidad), planteadas por Gonzalo Martín Vivaldi. Además, si fueron construidas a partir del esquema de la pirámide invertida y responden a las 5w del periodismo.

De esta manera, se analizaron un total de diez notas de prensa. De este número cinco pertenecen al 2007 y las restantes al periodo 2008. Así se observó su estructura y se analizó su estilo.

En el caso del año 2007, la selección de las notas de prensa se realizó de manera aleatoria en contraposición del 2008, donde fueron seleccionadas a partir de un período determinado como son los meses de julio y agosto, época donde se

instauró el ordenamiento pesquero. Es importante mencionar que para este análisis se empleó el método de investigación cualitativo y la metodología de análisis de contenido.

#### **4.2 Del marco de referencia o ejes temáticos**

Desde el inicio, al plantearme el tema de valoración de la nota de prensa institucional en el Ministerio de la Producción, quedó claramente definido que debía abordar seis temas eje.

Así, se abordó el tema de las relaciones públicas, el periodismo institucional, la nota de prensa y noticia, el lenguaje y el estilo periodístico, la elaboración del mensaje, y la relación de las oficinas de relaciones públicas gubernamentales con los medios de comunicación

Esta tarea buscó acercar las mencionadas ramas de la comunicación social e integrarlas de manera certera.

En ese sentido, al aproximarse al tema de relaciones públicas se buscó definir su concepto, valorar su importancia en la comunicación institucional y su trascendencia en la construcción de la imagen. De esta manera, se pudo alcanzar, posteriormente, un segundo nivel, referente a determinar la trascendencia del periodismo institucional, para lo cual se recopiló información sobre su significado, además del origen de esta rama identificando su evolución.

También, se buscó conocer los géneros periodísticos y su construcción, dando un primer esbozo de la nota de prensa institucional.

Un punto central del presente trabajo de sistematización fue encontrar bibliografía relacionada directamente con la nota de prensa y la construcción de la noticia. Así, se pudo conocer su trascendencia, además de su importancia para las oficinas de relaciones públicas. Igualmente, qué mensajes deben poseer y la búsqueda de su carácter noticioso. Del mismo modo, la estructura que debe contener la noticia como tal para que pueda ser considerada por los medios de comunicación.

Respecto al lenguaje y estilo periodístico, se buscó realizar un acercamiento al significado y el valor del lenguaje periodístico, sus particularidades y sus características comunicativas. En la elaboración del mensaje, se rescató las características que debe tener el mensaje. Además, permitió conocer al profesional que debe estar encargado de esta tarea.

Finalmente, se analizó el tema de la relación de las oficinas de relaciones públicas gubernamentales con los medios de comunicación. De esta manera, y la búsqueda de conceptos permitieron dar un esbozo de la trascendencia de la relación del periodista con el comunicador social de una entidad pública, haciendo hincapié en la empatía y persuasión. Igualmente, estrategias y técnicas para la construcción de una relación productiva entre estos profesionales.

### **4.3 De los contextos y del análisis de la experiencia**

El contexto en el cual se realizó la experiencia resulta de trascendencia. En el primer semestre del 2008, el gobierno que presidió Alan García Pérez se encontraba bajo la amenaza de un paro nacional convocado por la Federación de Trabajadores Mineros y Metalúrgicos del Perú (FNTMMP) y la Confederación Nacional de Trabajadores del Perú (CGTP) para el 30 de junio y el 9 de julio del 2008, respectivamente.

Como preámbulo, los gobiernos regionales y gremios sindicales organizaban paros y movilizaciones. La situación era especial si se tiene en cuenta que representantes de las economías mundiales se encontraban en el país participando de las diversas reuniones del Foro de Cooperación Asia Pacífico (APEC) del cual el Perú era sede. Entre mayo y comienzos de junio, hubo un conflicto social entre las regiones Moquegua y Tacna por la distribución del canon minero.

En respuesta, el gobierno buscó mecanismos para mejorar la distribución de los recursos a las regiones, así como las leyes laborales. Para tal efecto, promulgó diversos dispositivos que establecen el acceso al seguro social, vacaciones, descansos semanales, entre otros en los trabajadores independientes de la administración pública.

En el plano económico, el alza de los alimentos a nivel mundial había generado

un repunte de la inflación y malestar social, razón por la cual el Banco Central de Reserva (BCR) y el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), empezaron a trabajar en forma coordinada para atenuarla. Así, el ministro de Economía y Finanzas, Luis Valdivieso, empezó a tener reuniones con los gobiernos regionales para modular el gasto público y el BCR empezó a hacer ajustes en la política monetaria.

El Poder Ejecutivo trabajaba en la implementación del Acuerdo de Promoción Comercial (APC) o Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos y con ese objetivo pidió facultades legislativas al Congreso de la República.

El Perú buscaba iniciar conversaciones para un acuerdo comercial bilateral con la Unión Europea (UE), al margen de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). También había empezado las rondas de negociaciones con China para un TLC.

El ingreso y cultivo de los transgénicos era otro tema que se empezó a debatir en los medios de comunicación. La caída de las acciones de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) empezaron a pasarle la factura a la rentabilidad de los fondos de pensiones.

A fines de julio, el Perú fue admitido en el comité de inversiones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), con lo que nuestro país pasaba a ser visto como una “economía emergente y poderosa en el exterior”.



De otro lado, se había producido un alza importante en el precio del barril del petróleo.

En el caso del Ministerio de la Producción, estaba a cargo del ministro Rafael Rey Rey, quien asumió la cartera en el 2006. A su llegada al portafolio, Rey enfatizó su gestión en el ordenamiento del sector pesquero caracterizado principalmente por el desorden y una excesiva capacidad de bodega de las embarcaciones.

De la misma manera, la reestructuración de la quebrada Caja de Beneficios y Seguridad Social del Pescador (CBSSP) fue otra de las prioridades del entonces ministro Rey Rey. Todas estas medidas habían generado impacto favorable en la opinión pública y en las organizaciones ambientalistas acerca de la gestión del titular del Sector.

Posteriormente, y en el marco de las facultades delegadas por el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, el Produce propuso al Gobierno Central la promulgación del D.L. 1084, la cual finalmente fue publicada.

Respecto al análisis de la experiencia, esta se realizó de manera personal debido a que esta acción fue una propuesta que realicé al jefe de prensa de la gestión del ministro Rafael Rey, en el Ministerio de la Producción.

Debido a ello los resultados logrados a través de la nota de prensa institucional estuvieron relacionados a la rapidez que el contenido de estos documentos eran

publicados en medios de comunicación, especialmente digitales, tomando como referencia en esta oportunidad a la Agencia de Noticias Andina.

Como se recuerda la Agencia de Noticias Andina posee en su personal periodistas de importante trayectoria y profesionalismo, habituados a transformar notas de prensa institucionales en publicaciones periodísticas.

## **Capítulo 5**

### **RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN**

El análisis del trabajo de sistematización revalora a la nota de prensa institucional como una herramienta fundamental de difusión de mensajes. Para ello, debe contener una serie de características que logren el interés de los hombres de prensa de los medios de comunicación.

Cabe resaltar que las notas de prensa no son únicamente información que se brindan a los medios de comunicación, sino también es el vínculo directo de una entidad gubernamental con su público.

#### **5.1 La nueva nota de prensa**

La nota de prensa del Ministerio de la Producción sufrió un cambio en su estructura y estilo luego del establecimiento de las cuotas pesqueras de anchoveta. Esto se efectuó a partir de una propuesta realizada a al jefe de prensa de Produce, ante la posibilidad de una crisis comunicacional, producto de desacuerdos de gremios de pescadores con esta medida de gobierno.

Cabe destacar que la instauración del sistema de cuotas fue planteada por el Ministerio de la Producción a los hombres de prensa en diversas oportunidades por el propio ministro Rafael Rey, indicando que esta medida era una necesidad, sosteniendo que su aplicación lograría el cuidado de la biomasa de anchoveta en el litoral, entre otros considerandos.

Sin embargo, este planteamiento no era considerado por un importante grupo de pescadores. Incluso el 28 de junio del año 2008, y a pocas horas de la dación del D.L. 1084, el titular de la Producción intentó convencer a diversos gremios pesqueros, no logrando su cometido.



Figura 6

Captura de pantalla de la web del Diario La República  
Fuente: Archivo personal

Cabe recalcar que la negativa de los gremios estaba en relación al cambio del status quo que ocurriría en el sector pesquero peruano. Así, los hombres de mar buscaron agruparse con el objetivo de buscar la derogatoria de la norma.

En ese sentido, y al exteriorizarse una posible crisis comunicacional para la entidad, se planteó que la nota de prensa del Produce debía tener un estilo periodístico y estructura definida, contrariamente a los documentos que emitía la OCII, con el objetivo de alcanzar una mayor difusión de los mensajes que requería posicionar el Ministerio de la Producción.

Así, se valoró que las notas de prensa de la OCII contenían un estilo únicamente institucional, además de no poseer una buena redacción. Por lo tanto, denotaba esfuerzo en el periodista de medios de comunicación que las recibía en entenderlas y editarlas para su publicación, reconociendo que el hombre de prensa valoraba el aspecto noticioso de la información.

La premisa de un nuevo estilo y estructura de la nota de prensa del Produce estaba dirigida a elevar su valor noticioso, es decir se modificaba los mensajes institucionales por los periodísticos, con el objetivo de lograr eficacia y alcance en los periodistas.

Cabe destacar que aunque el flujograma de entrega de la información para la elaboración de la nota de prensa de la OCII no había sido modificado, si lo hizo el estilo y estructura.

El planteamiento de la nueva estructura y estilo a utilizar fue realizada al jefe de prensa del Produce, luego de diversos comentarios de periodistas, quienes mostraron su disconformidad con las notas emitidas de Produce hasta ese entonces.

Debido a ello y luego de reflexionar y analizar diversos medios de comunicación se pudo determinar que las notas de prensa del Produce debían contener el estilo de un medio de comunicación referente. Así se estipuló observar la redacción que realizaba la Agencia de Noticias Andina<sup>11</sup>, medio de comunicación estatal de amplia credibilidad y experiencia. Esto a raíz que las notas informativas publicadas en su portal web ([www.andina.com.pe](http://www.andina.com.pe)) eran referentes de todos los medios informativos del país y corresponsales extranjeros acreditados en el Perú. Cabe destacar que muchos de los medios de comunicación replican en integridad las notas difundidas en el referido portal de noticias.

De esta manera, se buscó que las notas de prensa de la OCII puedan ser publicadas sin modificaciones en el portal web de la Agencia Andina. Éste sería el termómetro que permitiría saber que el camino propuesto, en cuanto a la redacción, estructura y estilo, era el correcto.

Así, se inició en los primeros días del mes de julio una renovación en la redacción, estilo y estructura de la nota de prensa, a través de talleres internos

---

<sup>11</sup> La Agencia de Noticias Andina fue creada en el año 1981 a través del Decreto Legislativo 180, con la rúbrica del presidente de la República, Fernando Belaunde Terry.

que eran liderados por el jefe de prensa. Se buscó definir los elementos que debía poseer y que estos se mantengan inalterables, además de preservar las 5W clásicas en el periodismo y el uso de la pirámide invertida.

Así se estableció que la nota de prensa debía contener un título corto y claro. Del mismo modo un antetítulo y subtítulo. En el documento debía considerarse igualmente el lugar y fecha de edición, el lead o entradilla, además del cuerpo de la noticia, y los datos de contacto.

## **5.2 El perfil del trabajador que elabora las notas de prensa**

Uno de los actores principales en las oficinas de relaciones públicas es sin lugar a dudas el comunicador social. A través de su experiencia y conocimientos pueden ofrecer propuestas que permitan un adecuado desenvolvimiento de la dependencia a la cual pertenecen.

En el caso del Ministerio de la Producción, al comunicador social no se le había sido permitido ofrecer sugerencias respecto a la redacción de las notas de prensa de la institución. Existía la indicación que era una potestad del jefe de prensa y debía regirse a ella.

Sin embargo, el establecimiento de las cuotas de pesca de anchoveta y una posible crisis comunicacional permitieron flexibilizar la referida indicación.

El perfil del comunicador social encargado de las notas de prensa de una institución debe poseer requisitos mínimos, que permitan una adecuada labor. Así se puede determinar que este trabajador debe contar con estudios a nivel de comunicación social o periodismo. Del mismo modo, poseer experiencia real en el campo periodístico y conocimientos intelectuales del tema referente a redactar.

Cabe destacar que las notas de prensa no solo determinan la política comunicacional de la entidad, sino además su imagen. Por ello, este documento debe poseer no solamente una estructura adecuada, también una redacción correcta.

### **5.3 Evaluación de la nota de prensa del Ministerio de la Producción**

La evaluación de las notas de prensa difundidas por el Ministerio de la Producción se realizó a través del modelo propuesto por Lorena Busto-Salinas, así como los principios de información periodística de Gonzalo Martin Vivaldi.

Igualmente, se tomó en cuenta si las notas de prensa respondían a las 5W y si fueron escritas a través del modelo de pirámide invertida.

Las fuentes utilizadas para el presente trabajo de Sistematización son las notas de prensa elaboradas por la OCII del Ministerio de la Producción.



Para ello, se accedió al archivo de la institución y se seleccionó un total de diez notas de prensa relacionadas al sector pesca. De esta manera, se analizaron cinco del año 2007 y otras cinco correspondiente al periodo julio a agosto del 2008.

El modelo planteado por Busto- Salinas es el siguiente:

- a) El Título: Busca atraer al lector y sintetizar lo que se desea contar.
- b) Antetítulo y subtítulo: El antetítulo se coloca antes del título, posee más palabras y busca explicar o ampliar la noticia. El subtítulo, de otro lado, se coloca después de la frase principal, y su misión es apoyar, complementar y explicar el título.
- c) Lugar y fecha de edición: Luego del titular y antes del primer párrafo.
- d) Lead o entradilla: Es el primer párrafo, el cual contiene lo más relevante de la nota y el tono general de la información de la forma más clara y exacta posible.
- e) El Cuerpo: Después de la entradilla continua el cuerpo de la información estructurada en diversos párrafos. Los párrafos deben ser completos y tener autonomía. No deben haber cambios bruscos entre párrafos.
- f) Contextualización: Es conveniente introducir información con el fin de situar al lector en el ambiente de la noticia.

Puede colocarse en el segundo párrafo o al final de la nota de prensa.

g) Datos de contacto: Con el objetivo que si el periodista necesita información adicional puede llamar a la organización.

h) Información básica de la entidad: Dirección de la organización, página web, entre otros.

De otro lado, los principios que Martin Vivaldi propone sobre la información preparada periodísticamente son estos:

- a) Claridad: La claridad significa la utilización de expresiones que estén al alcance de una persona de cultura media. Significa también un vocabulario o léxico al alcance de la mayoría: ni preciosista ni excesivamente técnico.
- b) Concisión: La concisión hay que entenderla como el uso exclusivo de aquellas palabras que sean absolutamente precisas para expresar lo que queremos.
- c) Naturalidad: La naturalidad es otra condición imprescindible del buen lenguaje periodístico, utilizar un estilo natural significa huir de lo enrevesado, de lo artificioso de lo complicado, de lo barroco. Escribir naturalmente es procurar adaptar el estilo de fondo. Es

decir, procurar que las frases sean las propias, las que el tema exige. Un escritor es natural cuando se sirve de su propio vocabulario, de su habitual modo expresivo.

También se determinó si las notas de prensa contenían las 5W Who? (¿Quién?), What? (¿Qué?), Where? (¿Dónde?), When? (¿Cuándo?), Why? (¿Por qué?), y How? (¿Cómo?); y si su construcción constó de la estructura de la pirámide invertida.

Como se recuerda para la evaluación de la nota de prensa de Produce se consideraron diez notas de prensa. Así se tomó en cuenta las primeras cinco notas de prensa del Produce del año 2007, relacionadas al sector pesquero. Del mismo modo, y en el caso del año 2008, igualmente se tomaron cinco notas de prensa, sin embargo, éstas fueron publicadas luego de la emisión del Decreto Legislativo 1084 que instauró las cuotas de pesca.

En el análisis realizado a las cinco notas de prensa elegidas de manera aleatoria y emitidas por la OCII en el año 2007, se observa una serie de fallos en relación a la estructura de notas de prensa, principios que deben contener toda información periodística, así como del uso de las 5W.

Respecto a la estructura, podemos mencionar una clara falta de antetítulos y subtítulos en los documentos que alcanzan el 100 y 80 por ciento, respectivamente. En este punto, también se puede apreciar que en un 20 por

ciento de las notas no se detalla el contexto en que se redactó el documento informativo.

En relación al uso de los principios de información periodística (claridad, concisión y naturalidad), se puede notar que el 100 por ciento de las notas no poseen el referido principio de naturalidad en el texto. De otro lado, se puede advertir que el 60 por ciento de las notas cuentan con el principio de claridad y el 80 de concisión.

Sobre el uso de la pirámide invertida se puede apreciar que todas las notas (100%) valoran esta estructura. En relación, al uso de las 5W se puede notar que el 60 por ciento de las notas responden el cuestionamiento ¿Qué? y ¿Por qué? De otro lado, respecto al ¿Qué?, ¿Dónde? y ¿Cómo? El 80 por ciento de las notas la contienen, en contraposición al 40% que poseen la pregunta ¿Cuándo?

De otro lado, luego de descargar la información recopilada a través de las notas de prensa tomadas como muestra en el año 2008 se puede apreciar que el 100 por ciento de estas contienen una adecuada estructura de la nota de prensa.

De igual manera, el 100 por ciento de las notas antes mencionadas poseen los principios de información periodística como son claridad, concisión y naturalidad. Igualmente y respecto al uso de la pirámide invertida, se puede apreciar que el 100 por ciento de los documentos de prensa los poseen, sin embargo, esto no sucede con el uso de las 5W.

Así se puede mencionar que las preguntas ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, y ¿Cómo? Son utilizadas en todas las notas de prensa alcanzando el 100 por ciento. Sin embargo, en la cuestión ¿Cuándo? Esta solamente es alcanzada en el 80 por ciento de los documentos periodísticos de la OCII.

De esta manera, se puede apreciar luego de hacer la comparación entre las notas de prensa del año 2008, y sus símiles del 2007, que las primeras conservan una mejor estructura en su redacción. Así como una mejor distribución en el cuerpo de la noticia y las respuestas a las 5W.

Igualmente los principios que deben poseer la información periodística (claridad, concisión y naturalidad), fueron tratados de una mejor manera en las notas de prensa del año 2008, haciéndolas más comprensivas al lector. Así, se logró una mayor afinidad con los periodistas de medios de comunicación.

Finalmente, en el cambio propuesto en la estructura y estilo de las notas de prensa de la OCII del año 2008, produjeron un bajo o casi nulo nivel de edición de las publicaciones realizadas en el portal web de la Agencia de Noticias Andina.

Esto se puede demostrar a partir de titulares y cuerpo de la noticia similares. Así se logró que los mensajes planteados por la oficina de relaciones públicas puedan ser presentados casi en su integridad a la población.

Producto de este suceso se logró una mayor empatía con los periodistas de medios de comunicación quienes consideraron que las notas de prensa del Ministerio de la Producción contenían noticia, además de una mejora notable en su estructura y redacción.

De esta manera, las notas eran publicadas rápidamente en portales web, logrando por consiguiente una mayor posibilidad de impacto.

## **Capítulo 6**

### **BALANCE DE LA EXPERIENCIA**

#### **6.1 Lecciones aprendidas**

El informe de sistematización reconoce y valora a la nota de prensa institucional como esencial herramienta comunicativa en la organización. Comprueba también su transcendencia como vehículo informativo ante los medios de comunicación, resultando de vital importancia su estructura y el estilo empleado.

Durante la experiencia se evidenció la falta de periodistas con destreza en redacción periodística en la OCII que no permitió, en un primer momento, la construcción de notas de prensa adecuadas, razón por la cual la reforma del ordenamiento pesquero fue un momento clave para el cambio al estilo informativo requerido por la organización.

Es importante mencionar que aunque el Ministerio de la Producción contaba con un jefe de prensa, este no prestaba atención a la estructura ni estilo empleados.

La experiencia pudo comprobar que una nota de prensa institucional sin el contexto periodístico adecuado no logra la atención de los periodistas, repercutiendo de manera negativa en la publicación en medios de comunicación.

Del mismo modo, las informaciones remitidas por el Ministerio de la Producción no eran recibidas de manera grata por los periodistas, quienes tendrían que realizar modificaciones a los textos.

Una dificultad que se puede mencionar es la falta de consideración alcanzadas por los editores, ante el bajo nivel de redacción de los comunicadores del Ministerio de la Producción.

Debido a estos inconvenientes, se iniciaron talleres internos de redacción de manera diaria. Estos fueron liderados por el jefe de prensa quien emprendió un seguimiento y revisión a los proyectos de notas de prensa elaborados.

También se realizaron prácticas simuladas de sucesos noticiosos para incrementar la velocidad de redacción.

De esta manera, se logró mejorar la redacción, estructura y el estilo de las notas de prensa, ante la proximidad de la reforma del ordenamiento pesquero.

Esta experiencia permitió vislumbrar que resulta impostergable que las oficinas de relaciones públicas posean periodistas con experiencia en redacción, permitiendo trabajar las informaciones ágiles, logrando no solamente una adecuada presentación de la institución ante los medios de comunicación, sino también que estas sean consideradas en las publicaciones.



## **6.2 Hallazgos**

- La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de Produce no consideraba a la nota de prensa, antes de producirse el ordenamiento pesquero, como herramienta esencial de comunicación externa.
- El personal de la OCII de Produce no tenía experiencia en medios de comunicación escritos, a diferencia del jefe de prensa de la entidad. Sin embargo, no mostraba interés en su elaboración al no considerarla determinante para su gestión.
- Tanto la estructura como el estilo empleado para la redacción de notas de prensa no se encontraba definido, además de no considerar la noticia como eje central.

## **6.3 Tareas pendientes**

1. Es necesario elaborar un manual de estilo que permita a los comunicadores sociales del Ministerio de la Producción redactar adecuadamente la nota de prensa institucional, precisando su estructura y género periodístico informativo.

2. Se considera necesario establecer un área de prensa en la OCII lo cual permitirá un trabajo especializado respecto a la redacción periodística.
3. Resulta determinante la contratación de redactores con experiencia en medios de comunicación.

## **6.4 Aportes**

### **6.4.1 A nivel Teórico-Conceptual**

El trabajo de sistematización de la experiencia profesional se encuentra relacionado a la valoración de la nota de prensa institucional como herramienta comunicativa en la oficina de relaciones públicas del Ministerio de la Producción, herramienta medular de la comunicación externa de la entidad.

Así, la nota de prensa es el principal documento que elabora la OCII del Produce y es el que relaciona a la entidad con los medios de comunicación, y por consiguiente, la población en general.

Sin embargo la estructura de la nota de prensa no evolucionó hasta el arribo de un suceso concreto que ameritó un cambio radical en su construcción, desde su contenido y estilo: la reforma del ordenamiento pesquero en el Perú en el año 2008, fue el hecho clave que amerito su transformación.

De esta manera, su construcción tuvo como modelo la estructura de la pirámide invertida y su tratamiento a través del estilo periodístico.

Así, no solo logró el posicionamiento de esta herramienta comunicativa en la imagen de la institución, sino también, una mejor relación con los redactores de prensa quienes, ansiosos de elaborar noticias coyunturales, posicionaron al sector como un ente representativo entre las entidades ministeriales del orden económico.

#### **6.4.2 A nivel Profesional**

La transformación de las notas de prensa del Produce hacia una construcción a nivel de pirámide invertida y estilo periodístico, fue significativa, en la descrita experiencia.

Los medios de comunicación tienen una relación directa con las oficinas de RR.PP. por lo tanto la información que se brinde a través de estos gabinetes debe ser clara, concisa y natural, lo cual evitará distorsiones.

De esta manera, resultó de importancia establecer estrategias que podrán permitir ser modelo en situaciones similares.

En ese sentido, los gabinetes de comunicación deben definir el estilo y la estructura para la elaboración su material periodístico escrito, lo cual facilitará la elaboración de los mismos.

Igualmente, deben considerar que la elaboración de notas de prensa únicamente serán posible cuando la institución posea información que pueda ser considerable como noticia por los medios de comunicación. Si ese no es el caso, existen herramientas comunicativas relacionadas a la publicidad que pueden ser utilizadas.

Cabe destacar que las informaciones que arriben a las oficinas de RR.PP. deben ser proporcionadas por las áreas técnicas especializadas de la institución, quienes gozan de información actualizada y científica.

De otro lado, resulta valioso que las oficinas de RR.PP. posean personal calificado en redacción periodística. Para ello, es recomendable que el redactor posea experiencia en medios de comunicación escritos y hayan trabajado en temas relacionados a la institución donde brindará el servicio.

Equivalentemente se logrará de una manera más asertiva, la elaboración de contenidos y el ahorro de tiempo fundamental para las oficinas de RR.PP.

Estos conocimientos permitirán que las notas emitidas tengan una mayor repercusión en los medios de comunicación, evitando cambios drásticos que alteren el mensaje que desea proyectar la institución.

Cabe mencionar que el trabajo de los redactores no debe hallarse únicamente en la construcción de las notas de prensa. En la actualidad resulta necesario poseer redactores que hayan trabajado en medios de comunicación porque

permitirá una relación más cercana con los jefes de informaciones de los medios periodísticos, logrando incrementar las posibilidades de difusión.

#### **6.4.3. A nivel Instrumental**

Para una adecuada elaboración de la nota de prensa institucional es fundamental poseer un manual de estilo y redacción que contengan las pautas para la elaboración del documento, lo cual no se observó en la OCII de Produce.

En ese sentido, podemos precisar que para la elaboración de la nota de prensa institucional deben considerarse diversos pasos. Para ello, reflexionaremos acerca del accionar de la OCII del Ministerio de la Producción ante la reforma de ordenamiento pesquero.

Los cambios estructurales y de estilo antes descritos fueron necesarios ante la reforma pesquera del año 2008. Se establecieron pautas que pueden ser replicadas por distintas entidades, sean públicas o privadas.

Así, podemos mencionar que aunque el flujograma de elaboración de nota de prensa no varió, sí existió un cambio en el trabajo de fondo.

De esta manera, se determinó a la noticia como eje central de la nota de prensa institucional del Ministerio de la Producción. Se trabajó en una estructura de pirámide invertida que permitió una adecuada información a los medios de prensa, en conjunción con el estilo periodístico.

Además, se estableció que el adecuado trabajo en título y el lead o entradilla ofrecerían importantes posibilidades para la difusión de la nota de prensa institucional en los medios de comunicación.

También se logró una mayor presencia de las 5W en las notas de prensa del Ministerio de la Producción.

Estas acciones permitieron que la nota de prensa institucional del Ministerio de la Producción tenga importantes posibilidades de difusión en los medios de comunicación, facilitando el trabajo diario de los periodistas.

#### **6.4.4. A nivel Social**

La labor que realizan las oficinas de RR.PP. de las organizaciones resulta trascendental en la actualidad. La concepción de la imagen de la empresa pública o privada depende en muchos casos de una buena gestión de la comunicación, tanto a nivel interna como externa.

En ese sentido, la labor que se efectuó en la OCII de Produce, en relación al contenido de las notas de prensa se puede considerar como deficiente antes de la reforma pesquera.

Cabe destacar que estos cambios sucedidos a través del uso de la estructura de la pirámide invertida, además de añadir un estilo periodístico y el uso de los

principios que deben poseer la información periodística (claridad, concisión y naturalidad), facilitaron la labor de Produce con los medios de comunicación.

El papel que desempeñaron los encargados de la mencionada dependencia estatal fue la adecuada ante la necesidad de una mayor difusión de sus informaciones.

En ese sentido, se puede destacar que esta nueva estructura logró no solamente una mayor aceptación de las notas de prensa por parte de los medios de comunicación, sino también la mejora de la imagen de la institución en los hombres de prensa, lo cual constituyó como reflejo inmediato en la población en general, como receptor de la información.

La experiencia alcanzada por el informante en ese sentido, fue positiva porque no solamente advirtió nuevos conocimientos en el ámbito de la redacción, también estrategias en la difusión, así como un mayor acercamiento con los hombres de prensa y jefes de medios de comunicación.

Es importante mencionar que la reforma pesquera en el año 2008 concluyó sin ningún contratiempo, siendo aceptada hasta la fecha por los actores principales en la trama, como son el Ministerio de la Producción, el sector industrial pesquero y los hombres de mar.

En ese sentido, se puede destacar que la nota de prensa institucional elaborada por el Ministerio de la Producción alcanzó los objetivos trazados por la institución.

## **CONCLUSIONES**

1. La nota de prensa institucional no sólo se constituye en una importante estrategia de información que la institución brinda a los medios de comunicación, sino también es el vínculo directo de la entidad gubernamental con la población, por ello es importante que esta posea los principios de claridad, concisión y naturalidad.
2. La redacción de las notas de prensa de Produce lograron consolidar la estructura de la pirámide invertida, además de emplear el estilo periodístico.
3. Es necesario poseer redactores que hayan trabajado en medios de comunicación porque permitirá una relación más cercana con los jefes de informaciones de los medios periodísticos, logrando incrementar las posibilidades de difusión
4. Se puede destacar que esta nueva estructura logró no solamente una mayor aceptación de las notas de prensa por parte de los medios de comunicación, sino también la mejora de la imagen de la institución en los hombres de prensa, lo cual constituyó como reflejo inmediato en la población en general, como receptor de la información



## **RECOMENDACIONES**

1. Las oficinas de relaciones públicas o gabinetes de comunicación deben poseer un manual de estilo respecto a la elaboración de la nota de prensa institucional.
2. Se recomienda que oficinas de relaciones públicas o gabinetes de comunicación posean personal especializado en periodismo.
3. Es trascendental que el personal de las oficinas de relaciones públicas o gabinetes de comunicación conozca la orientación de los medios de comunicación a los cuales se envían las notas de prensa institucionales para asegurar su difusión.
4. La nota de prensa debe facilitar la labor de los periodistas, por ellos los relacionistas públicos deben escribir como si trabajarán en un medio de comunicación.
5. La nota de prensa institucional debe contener información noticiosa que sea de interés de los hombres de prensa.
6. El texto periodístico utilizado en la nota de prensa institucional debe poseer como características la claridad, naturalidad y concisión.

7. Se deben elaborar en estilo de pirámide invertida. El título y el lead resultan predeterminantes y deben ser trabajados de manera periodística.
8. Se recomienda a las facultades y escuelas de comunicación social incrementar los niveles de exigencia en los cursos de redacción periodística.
9. Es importante lograr el compromiso del alumno de las facultades y escuelas de comunicación social en mejorar su redacción.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguadero, F. (2013). *Relaciones Públicas y Comunicación: Un enfoque estratégico*. México: Colección Acción Empresarial.
- Armentia, J. & Caminos, J. (2008). *Fundamentos de periodismo impreso*. España: Ariel.
- Báez, C. (2000). *La Comunicación Efectiva*. Santo Domingo: Ediciones Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- Barquero, J. (2002). *Comunicación y Relaciones Públicas: De los orígenes al nuevo enfoque de Planificación Estratégica*. España: Mc Graw Hill.
- Benavides, J. (Comp.). (2001). *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Bočková, V. (2008). *El Subjuntivo en el estilo periodístico*. (Tesis de Master). Universidad Masaryk, Brno, República Checa.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Castelli, E. (1981). *Manual de Periodismo*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.
- Cebrián, M. (2012). *Periodismo empresarial e institucional*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Dallal, A. (2007). *Lenguajes Periodísticos*. México: UNAM.
- Edo, C. (2009). *Periodismo Informativo e Interpretativo*. España: Comunicación social.

- Fernández, S. (2007). *Cómo gestionar la Comunicación*. Madrid: Ediciones Narcea.
- Gomis, L. (2008) *Teoría de los Géneros Periodísticos*. Barcelona: UOC.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los Elementos del Periodismo*. Madrid: Ediciones Aguilar Madrid.
- L'etang, J. (2009). *Relaciones Públicas: Conceptos, práctica y crítica*. Barcelona: UOCPress.
- Martínez, M. (2012). *La Comunicación en la Empresa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martini, S. (2004). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Colombia: Norma.
- Martínez, J. (2006). *El Zumbido del moscardón*. Sevilla: Edición Comunicación Social.
- Noelle, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública, nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Orbegozo, M. (2000). *Periodismo Texto de teoría y práctica*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Palencia, M. (2011). *90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas*. Barcelona: Editorial Barcelona.
- Pena de Oliveira, F. (2006). *Teoría del Periodismo*. Sevilla: Comunicación Social.
- Pinilla, M. (2000). Un llamado para superar la desarticulación. *Revista Cuestiones de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga*. Colombia, N° 12
- Rojas, O. (2012). *Relaciones Públicas: la eficacia de la influencia*. Madrid: ESIC.

Santos, R. (2000). *Manual de redacción*. Colombia: Casa Editorial El Tiempo.

Sanz, G. & Fraser, A. (2003). *Manual de comunicaciones escritas en la empresa*. Barcelona: Interactiva.

Visa, M. y Vargas, J. (2012). *El I+D+i y el EES*. Madrid: Visión Libros.

Vivaldi, M. (1997) Géneros Periodísticos. Madrid. España.

Xifra, J. (2009). *Comunicación Proactiva*. España: Gedisa.

## INTERNET

Asociación de directivos de comunicación (2007). *La dirección de comunicación en las administraciones públicas. Retos y oportunidades*. Consultado: 12 de febrero de 2015, 11:30 h, <http://www.dircom.org/images/stories/docs/doc48563a168be512.27726153.pdf>

Berguero (2013). *Así comienza a escribirse una noticia*. Consultado: 15 de febrero de 2015, 15:30 h, <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/lid.htm>

Estilos Periodísticos (12 de marzo de 2014). *Diario ABC Color*. Consultado: 15 de febrero de 2015, 17:22 h, <http://www.abc.com.py/articulos/estilos-periodisticos-866327.html>

Busto-Salinas, (2012). Aplicación de la teoría de la redacción periodística a la nota de prensa. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Consultado: 13 de junio de 2014, 15:25 h, <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/42/43>

Castellanos, (2010). *El fortalecimiento de la imagen empresarial a través de la gestión del comportamiento corporativo socialmente responsable*. Consultado: 3 de marzo de 2015, 20:05 h, <http://www.eumed.net/ce/2010a/cccm.zip>

*Diccionario de la Lengua Española* (12 de marzo de 2014). [Base de datos]. Real Academia de la Lengua Española. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Gonzalo, (2010). ¿La objetividad de la noticia?. *Portal Aprender*. Consultado: 11 de noviembre de 2014, 11:00 h, <<http://www.aprender.entrierios.edu.ar/recursos/recurso.php?id=288> >

Yanes, (2013). La nota de prensa como género de la comunicación política. *Portal Universidad Complutense de Madrid*. Consultado: 11 de noviembre de 2014 13:05 h, <<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero36/notapre.html> >

Los periodistas desechan el 85% de las notas de prensa que llegan a la redacción (11 de diciembre de 2006). *El Mundo*. Consultado: 12 de abril del 2015, 23:05 h, <<http://www.elmundo.es/elmundo/2006/06/27/comunicacion/1151414416.html>>

Mercedes y Baggio, (2005). *El discurso informativo: géneros periodísticos*. Consultado: 20 de enero de 2015, 21:00 h, <<http://icesociales.edu.ar/alumnos/apuntando/Ficha-de-Ctedra-Las-pirmites-periodsticas1.doc>>

Manual de Estilo de Radio y Televisión Española (2010), *RTVE*. Consultado: 15 de enero de 2014, 21:36 h, <<http://manualdeestilo.rtve.es/el-lenguaje/>>

Mapelli, (2014). *El lenguaje de la prensa*. *Portal Università degli studi di Bergamo*. Consultado: 20 de enero de 2015, 13:05 h. <[http://www.unibg.it/dati/corsi/3021/18412-Apuntes%20de%20las%20clases\\_1\\_LENGUAJE%20PERIOD%C3%8DSTICO.pdf](http://www.unibg.it/dati/corsi/3021/18412-Apuntes%20de%20las%20clases_1_LENGUAJE%20PERIOD%C3%8DSTICO.pdf)>

Martini, (2 de enero de 1998). *Definiendo las Relaciones Públicas*. *Portal de Relaciones Públicas*. Consultado: 15 de septiembre de 2014, 12:45 h, <<http://www.rppnet.com.ar/defrpp.htm>>

Prado, (24 de julio de 2006). *Comunicaciones del periodismo institucional*. *Portal Borriones*. Consultado: 12 de noviembre de 2014. 16:03 h, <<http://www.borriones.net/especial/peinstitucional.pdf> >

Press, (1997). *La comunicación, herramienta de la empresa*. *Portal Eduardo Press Consultores*. Consultado: 15 de noviembre de 2014, 15:15 h, <<http://www.epconsultores.com/noticias/articulo2.htm>>

Rojas, (2003). *Nota de Prensa. Razón y Palabra*. Consultado: 21 de noviembre de 2014, 17:18 h, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/orojas.html>

Sánchez, (2005). *Desarrollo de la comunicación externa en la empresa. Portal Sala de Prensa*. Consultado: 17 de octubre de 2014, 18:19 h, <http://www.saladeprensa.org/art633.htm> >

Vásquez, (2 de diciembre de 2013). *La importancia de la comunicación y las relaciones públicas en el mundo actual. Entrevista brindada a El tipógrafo*. Consultado: 22 de junio de 2014, 18:20 h, <http://eltipografo.cl/2013/12/la-importancia-de-la-comunicacion-y-las-relaciones-publicas-en-el-mundo-actual/>>

## **ANEXOS**



## ANEXO 1

### Ficha técnica para análisis de nota de prensa

NOTA DE PRENSA:                      FECHA DE EMISIÓN:		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA
EL TÍTULO	( )	( )
ANTETÍTULO	( )	( )
SUBTÍTULO	( )	( )
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( )	( )
LEAD O ENTRADILLA	( )	( )
EL CUERPO	( )	( )
CONTEXTUALIZACIÓN	( )	( )
DATOS DE CONTACTO	( )	( )
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( )	( )
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA
CLARIDAD	( )	( )
CONCISIÓN	( )	( )
NATURALIDAD	( )	( )
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA
USO DE 5W		
¿Quién?	( )	( )
¿Qué?	( )	( )
¿Dónde?	( )	( )
¿Cuándo?	( )	( )
¿Por qué?	( )	( )
¿Cómo?	( )	( )
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO	( )	( )

**Fuente:** Elaboración propia a partir de las propuestas de Lorena Busto-Salinas y Gonzalo Martin Vivaldi

## ANEXO 2

### Notas de prensa del Produce del año 2007



Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII)  
Dirección: Calle Uno Oeste Nº 60 – Urb. Córpac, San Isidro - Lima - Perú  
Teléfono: (01) 616-2222 anexo 203 / 616-2203  
FAX: (01) 616-2222 anexo 641  
E-mail: [ocii@produce.gob.pe](mailto:ocii@produce.gob.pe) [comunicacion@produce.gob.pe](mailto:comunicacion@produce.gob.pe)  
Portal Web: [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)

#### **Nota de Prensa N° 001- 2007**

#### **MINISTRO DE LA PRODUCCIÓN OBSERVÓ DESARROLLO DE ACTIVIDADES ACUÍCOLAS EN EL CALLAO**

Lima, 04 de Enero de 2007.- Rafael Rey Rey, Ministro de la Producción, visitó las zonas adyacentes Marinas de la Isla Callao (El Frontón), con el objetivo de observar las actividades de repoblamiento de moluscos bivalvos que realizan los hombres de mar como una alternativa a sus faenas de pesca.

Cabe indicar, que la "Asociación de Armadores y Pescadores Artesanales Extractores de Mariscos del Callao", desarrollan actividades productivas con la especie hidrobiológica concha de abanico en la modalidad de "Repoblamiento", desde el 28 de abril de 2005, en las zonas de los Islotes Redondo y Punta Puñal, frente a la Isla Callao (El Frontón) en el Puerto del Callao, las mismas que fueron otorgadas por la Dirección General de Acuicultura del Ministerio de la Producción, con fines de aprovechamiento responsable del recurso de concha de abanico.

Esta organización social, cuenta a su vez con una autorización especial para la instalación de colectores del recurso concha de abanico en la zona mencionada, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura, Ley N° 27460, cuyo artículo 32° señala que la obtención de semillas o reproductores destinados a la acuicultura puede efectuarse desde el ambiente natural o desde centros de producción de semilla, requiriéndose para el primer caso la autorización correspondiente o concesión para la instalación de colectores otorgada por el Ministerio de la Producción, previa conformidad del Instituto del Mar del Perú (IMARPE).

De acuerdo a lo informado por la Asociación de Armadores Pesqueros Artesanales, la actividad de repoblamiento de las conchas de abanico, se vienen realizando con el objetivo de recuperar las poblaciones del banco natural de dicha especie sobreexplotada en la zona del Callao.

Con estas campañas se podrá llegar a cosechar al cabo del primer año 40 mil 517 manojos, alcanzando su máximo nivel a partir del segundo año con 60 mil 775 manojos, lo cual equivale a aproximadamente 175 mil 032 Tonelada, con una talla mayor a los 25 mm.

Cabe resaltar que las normas dadas para el desarrollo acuícola por la Ley N° 27460 Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura, contempla actividades de carácter social para comunidades campesinas y de pescadores artesanales, a través de los Artículos 40 ° y 41° donde se señala los lineamientos para el desarrollo de actividades de poblamiento o repoblamiento indicando que estas acciones con fines de conservación de las poblaciones de peces, bancos naturales de moluscos, crustáceos o praderas de macroalgas, puede efectuarse por personas naturales o jurídicas, así como por comunidades indígenas, campesinas u organizaciones sociales de pescadores artesanales debidamente reconocidas por el Ministerio de Pesquería, siendo estas últimas las únicas beneficiadas para aprovechar directamente el recurso repoblado.

**OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**



**Nota de Prensa N° 04-2007**

## **Rafael Rey Rey inauguró ferretería en Fondepes**

Lima, 09 de enero de 2007.- Rafael Rey Rey, Ministro de la Producción, inauguró en las instalaciones del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero (Fondepes), la Ferretería Naval Artesanal.

Podrán tener acceso a esta Ferretería Naval Artesanal todos los pescadores y armadores artesanales y empresas pesqueras artesanales debidamente acreditadas como tales, que sustenten la posesión de una embarcación pesquera artesanal y que no cuenten con antecedentes crediticios negativos en Fondepes.

Las modalidades de venta de estos bienes son al contado y crédito a través de los diferentes Programas Crediticios que ofrece Fondepes y por el convenio con las Organizaciones Sociales de Pescadores Artesanales.

Los bienes que los pescadores pueden adquirir en esta ferretería son:

Motores centrales y fuera de borda  
Repuestos diversos para motores centrales  
Equipos electroacústicos y de comunicación  
Equipos eléctricos  
Redes y espineles  
Accesorios de arboladura  
Equipos de sistema de propulsión

La ferretería está ubicada en la Av. Petit Thouars N° 115, Lima (en la esquina con la Av. 28 de Julio) y tiene como finalidad dotar de motores, equipos y accesorios de calidad que les permita a los pescadores mantener sus embarcaciones pesqueras en condiciones óptimas y operativas.

Asimismo, esta ferretería se enmarca entre las medidas que se están adoptando con el objeto de mitigar el impacto y aprovechar las oportunidades que origina la presencia del fenómeno de El Niño. En este sentido, Rafael Rey, informó que el Ministerio de la Producción acaba de aprobar la asignación extraordinaria de S/. 4 800 000 para ser colocados como nuevos créditos a través de Fondepes.

Durante el 2006, Fondepes aprobó un total de 400 créditos por S/. 3 120 000 (tres millones ciento veinte mil nuevos soles), lo que significa una cifra récord de los últimos 10 años.

Del monto total el 97% se ha colocado en provincias, es decir en localidades diferentes a Lima Metropolitana y el Callao, con lo cual se está marcando un importante hito en ahondar el proceso de fortalecimiento de la actividad pesquera y acuícola en las diferentes regiones de nuestro país, con un marcado énfasis en las zonas de alto índice de pobreza.

**OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**



**Nota de Prensa N° 005-2007****Se sancionará a quienes extraigan, procesen,  
transporten, transformen, comercialicen o  
utilicen camarón de río durante veda*****Restaurantes serán multados de no cumplir Norma***

Lima, 10 de enero de 2007.- Mediante Resolución Ministerial No. 312-2006 - PRODUCE, publicada en el diario oficial "El Peruano" el 15 de noviembre del 2006, se estableció la veda absoluta del recurso camarón de río, disponiéndose se prohíba su extracción, procesamiento, transporte, comercialización y utilización, entre el 20 de diciembre del 2006 y el 31 de marzo del presente año.

En tal sentido, las personas naturales y jurídicas que utilicen el recurso camarón de río en cualquiera de sus estados de conservación durante el período de veda, serán sancionadas con el decomiso y donación del recurso a instituciones de caridad, o con una multa equivalente al valor comercial del recurso, según lo establecido en el "Reglamento de Inspecciones y del Procedimiento Sancionador de las Infracciones en las Actividades Pesqueras y Acuícolas".

Los inspectores de la Dirección General de Seguimiento, Control y Vigilancia del Ministerio de la Producción e inspectores de las Direcciones Regionales de la Producción, con el apoyo de la Dirección General de Capitanías y Guardacostas de la Marina de Guerra, la Policía Nacional y los Gobiernos Locales continuarán con el control y vigilancia en las cuencas camaroneras, centros de acopio, mercados, garitas de control carretero y restaurantes.

**OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**

**Nota de Prensa Nº 007-2007**

## **Rafael Rey firmó convenio para desarrollar pesca de anchoveta para consumo humano directo**

**Lima, 17 de enero de 2007.-** El Ministro de la Producción, Rafael Rey Rey, firmó el convenio de cooperación entre la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) y el Ministerio de la Producción (PRODUCE).

El convenio "Pesca Responsable Desarrollo de la Anchoveta para el Consumo Humano Directo", tiene como objetivo mejorar el nivel nutricional de los habitantes de áreas pobres de la región andina del Perú, a través del incremento del consumo de anchoveta.

Para ello se cuenta con la participación de los Programas Alimentarios y Programas de Apoyo Nutricional del Gobierno, promoviendo la participación del sector privado en la extracción, procesamiento y comercialización de anchoveta para el consumo humano directo.

El acuerdo contempla que los pescadores artesanales utilicen los métodos de conservación y manipuleo de la anchoveta a bordo, para el consumo humano directo, además que los procesadores de productos de anchoveta utilicen métodos de preservación y procesamiento de la anchoveta de bajo costo, cumpliendo con las normas sanitarias.

Asimismo, se precisa que los programas de asistencia nutricional y alimentaria, tales como comedores populares, desayunos escolares, entre otros utilicen regularmente la anchoveta.

También se informará a la población respecto a los beneficios nutricionales de la anchoveta y se capacitará a las amas de casa para que preparen diversos platos a base de este recurso hidrobiológico.

El proyecto tiene una duración de cinco años, durante el primer año se establecerá el modelo de intervención en la Región Piura y se ampliará las actividades hacia otras zonas prioritarias.

JICA ofrecerá además un apoyo técnico, con la participación de dos expertos en la adecuación de las embarcaciones artesanales para la pesca de anchoveta destinado al consumo humano directo, así como para la captura, conservación y manipuleo a bordo.

**OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**

**Nota de Prensa N° 008-2007**

## **Congreso aprobó proyecto de ley para desarrollo del atún**

Lima, 18 de enero de 2007.- El Pleno del Congreso de la República aprobó el proyecto de Ley de Promoción para la Extracción de Recursos Hidrobiológicos Altamente Migratorios (atún), con 53 votos a favor.

Esta ley será enviada al Ejecutivo para su aprobación, considerando que fue exonerada de la segunda votación.

El Ministro de la Producción, Rafael Rey Rey, señaló que esta aprobación permitirá al país competir en igualdad de condiciones con Ecuador. Asimismo agradeció a los congresistas por apoyar el desarrollo del sector, que ahondará en la generación de más puestos de trabajo.

La Ley aprobada propone que para el caso del atún se apliquen los regímenes aduaneros previstos en la Ley General de Aduanas, es decir admisión temporal, importación, exportación, tránsito, etc.

La Ley de Promoción para la Extracción de Recursos Hidrobiológicos Altamente Migratorios, permitirá a las embarcaciones atuneras recargar combustible a precio de exportación (sin IGV ni ISC), siempre que descargue por los menos el 30 por ciento del atún contenido en sus bodegas.

El Ministro de la Producción informará anualmente ante la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera del Congreso de la República sobre los resultados de la aplicación de la presente ley.

**OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN**



## ANEXO 3

### Notas de prensa del Produce del año 2008



"Año de las Cumbres Mundiales en el Perú"



#### NOTA DE PRENSA 130-2008

*Pescadores y tripulantes de pesca se reunieron con el ministro de la Producción*

### **Pescadores de Piura saludan nuevo sistema de ordenamiento pesquero**

- *Hombres de mar expresaron satisfacción por promulgación de D.L. 1084*

Piura, 16 de julio de 2008.- Los pescadores y tripulantes de pesca de la ciudad de Piura expresaron su satisfacción con el nuevo sistema de ordenamiento pesquero, tras una reunión con el ministro de la Producción, Rafael Rey, quien expuso sobre el tema en la zona.

A la cita fueron invitados los propietarios de embarcaciones pesqueras (armadores) que en los últimos días publicaron comunicados en diversos medios de comunicación, pero se retiraron al ver que sus trabajadores estaban presentes.

El titular del Sector explicó que el decreto legislativo 1084 establece Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE) para ordenar el sector y mejorar su competitividad con miras al Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos.

"Es impensable que tengamos sectores tan estratégicos como la pesca en situación de poca competitividad y desorden", señaló revelando, además, que el Perú sí vende anchoveta en harina y aceite de pescado a dicho país.

Por su parte, los pescadores expresaron su satisfacción con el nuevo ordenamiento pesquero, e indicaron que habían sido mal informados.

Jorge Fiestas, secretario de Defensa de la Federación Regional de Pescadores del Norte (Ferpenorp), afirmó que los pescadores habían sido engañados porque los armadores les expresaron que con los LMCE iban a pescar menos y se verían perjudicados.

Del mismo modo, José Villaseca, secretario general de Ferpenorp, junto con los secretarios generales de las bases de Sechura, Parachique, Letirá, Becará, Vice y Santa Rosa, expresó que los abusos que cometen los armadores tienen los días contados con el ordenamiento pesquero.

Los hombres de mar lamentaron que los armadores, presididos por David Eca, tras ingresar al local del Gobierno Regional de Piura donde se iba a realizar la reunión con el ministro de la Producción y al advertir la presencia de los pescadores, se retiraran.

Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII)



Dirección: Calle Uno Oeste N° 60 – Urb. Córpec, San Isidro – Lima – Perú  
Teléfono: (01) 616-2222 anexo 203 / 616-2203  
FAX: (01) 616-2222 anexo 641  
E-mail: [ocii@produce.gob.pe](mailto:ocii@produce.gob.pe), [permas@produce.gob.pe](mailto:permas@produce.gob.pe)  
Portal Web: [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)



### NOTA DE PRENSA 131-2008

*Ferpenorp reitera su total respaldo a Decreto Legislativo N°1084*

## **Federación Regional de Pescadores del Norte del Perú respalda sistema de ordenamiento pesquero**

- *Indicaron que norma ordena la actividad industrial de la pesquería de la anchoveta*

Lima, 17 de julio del 2008.- La Federación Regional de Pescadores del Norte del Perú (Ferpenorp) manifestó hoy su respaldo al decreto legislativo N°1084, que contempla un nuevo sistema de ordenamiento pesquero, informó el Ministerio de la Producción (Produce).

Asimismo, el Colegio de Ingenieros del Perú, filial Áncash-Chimbote, respaldó esta cometido tras recordar que en diversos estudios que había realizado desde el año 2002, se advertía el sobredimensionamiento de la flota nacional de pesca de anchoveta.

"Hacemos llegar nuestra felicitación y total apoyo a la promulgación del D.L. N° 1084, el mismo que ordena la actividad industrial de la pesquería del recurso ictiológico anchoveta", suscribió en una misiva.

El Produce indicó que es probable que, como todo cambio integral, este objetivo de interés nacional tenga opositores, algunos por defensa de intereses propios o de grupo y otros empíricos que orientan el problema a intereses políticos.

Ferpenorp, a través de una misiva dirigida al ministro de la Producción, Rafael Rey, rechazó el uso ilegal del membrete del Sindicato de Pescadores de Santa Rosa en un comunicado de un grupo de armadores y pescadores que rechaza el ordenamiento mediante el sistema de Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE).

El gremio señaló que el membrete "fue tomado inconsultamente por las organizaciones que figuran en dicho pronunciamiento, hecho que ha causado indignación, rechazo y repudio dentro de nuestra organización sindical".

Asimismo advirtió que tomará las acciones legales del caso en legítima defensa de la referida institución.

Es importante recordar que la Ferpenorp reúne a diversas asociaciones de pescadores de Sechura, Parachique, Letira, Becara, Vice y Santa Rosa, en los departamentos de Piura y Lambayeque.

**Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII)**



## **NOTA DE PRENSA 135-2008**

*Importantes gremios de pescadores y jubilados del Perú respaldan D.L. 1084*

### **MINISTRO RAFAEL REY REITERA QUE NO HABRA DESPIDOS DE PESCADORES**

- *Se han creado una serie de beneficios para aquellos pescadores que voluntariamente quieran desligarse de la pesca.*

Lima, 22 de Julio de 2008.- Ante las recientes movilizaciones de los armadores pesqueros en la ciudad de Lima, el ministro de la Producción, Rafael Rey, indicó que los pescadores no deben dejarse engañar, toda vez que no habrá despidos y les pidió darse cuenta de la dimensión real del Decreto Legislativo N° 1084, que tiene como principal objetivo el ordenamiento pesquero.

Afirmó que los más importantes gremios de pescadores y jubilados del Perú respaldan la norma, manifestando también que esta iniciativa devuelve los derechos a los hombres de mar.

El titular del Sector indicó que con el DL 1084 quedaron prohibidos los despidos y se ha creado una serie de beneficios para aquellos pescadores que voluntariamente quieran desligarse de la pesca.

La norma fue hecha por el Ministerio de la Producción (Produce) a base de numerosos libros y estudios nacionales e internacionales, como por ejemplo el Estudio de Prospectiva del Perú (2006), de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) "Republic of Perú: Environmental sustainability: a key to poverty reduction in Peru - Banco Mundial (2007) y Applying Environmental Policy Instruments: Green and Blue Sectors - Banco Mundial (2002).

Asimismo, Cuotas Individuales de Pesca - Jessica Hidalgo (2002), Individual Transferable Quotas as an Incentive Measure for the Conservation and the Sustainable Use of Marine Biodiversity (1998) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y El estado mundial de la pesca y la acuicultura (2006) de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), los mismos han sido publicados en la página web del Ministerio de la Producción.

Por otro lado, dijo que se da a entender falsamente que la firma Apoyo elaboró dicha norma, cuando no es cierto.

Al Produce no le corresponde conocer cómo han sido financiados dichos estudios. Lo que realmente importa es el contenido de los mismos y que fue el Ministerio de la Producción el que hizo el Decreto Legislativo 1084 y no esas instituciones.

Por eso, el contenido del DL 1084 discrepa de los informes del Banco Mundial, como por ejemplo con la transferencia de las cuotas; asimismo, discrepa con Apoyo en lo que se refiere a la ponderación; el ministro priorizó la eficiencia en el cálculo: para las embarcaciones de acero se considerarán dos variables: un 60% se calculará por el historial de captura y un 40% por la capacidad de bodega autorizada (en el informe de Apoyo se consideraba 50% por el historial de captura y 50% por la capacidad de bodega autorizada).

Y para el historial, Rey señaló que se tomará en cuenta el mejor año de la embarcación desde 2004 a la fecha para todos los casos (Apoyo recomendaba el promedio de los dos mejores años).

Asimismo, el ministro reiteró que para las embarcaciones de menos de 110 metros cúbicos de capacidad de bodega (los armadores de madera), su límite se calculará teniendo en cuenta únicamente el mejor año de su historial de captura, que determinará el 100% de su límite, en cambio Apoyo sostenía 50% por el historial de captura y 50% por la capacidad de bodega autorizada. Así la decisión del Ministerio benefició más a los de madera.

Respecto al tema sobre los beneficios a los pescadores que decidan renunciar, el ministro señaló que ahora cuando alguien renuncia libremente, porque es la única forma de retirarse, se le tienen que pagar 2.25 sueldos por año de servicio, hasta un máximo no de 12 sino de 18 sueldos; y, además, se le tienen que pagar durante tres años lo que cuesten los estudios que van a poder escoger los trabajadores, para reacomodarse en el ámbito laboral.

Igualmente, refirió que si el trabajador que renuncia tiene 50 años cumplidos, el armador le va a tener que pagar la mitad de su sueldo cada mes por jubilación adelantada, hasta los 55 años, en que puede acogerse a la jubilación normal anticipada.

Al referirse a los promotores de las movilizaciones en Lima, el ministro Rey mencionó que éstas son financiadas, principalmente, por malos armadores pesqueros con mucho dinero, de la denominada "flota vikinga", dueños de embarcaciones industriales de madera que han movilizó a los protestantes; además de colocar innumerables avisos en periódicos y alquilando espacios de televisión en horarios estelares, todos de muy alto costo monetario.

Cabe resaltar que el secretario general del Sindicato de Pescadores de Chimbote y Anexos, Juan Yovera Bayona, manifestó que los pescadores que están en la ciudad de Lima protestando contra el DL 1084 son engañados con despidos y coaccionados por un grupo de armadores pesqueros de madera. Asimismo, refirió que tiene conocimiento de que estos malos hombres de mar han pagado a diversas personas para participar en las marchas. Indicó que es necesario el ordenamiento pesquero a fin de salvaguardar la anchoveta.

Por su parte, José Villaseca, secretario general de la Federación Regional de Pescadores del Norte, deploró la actitud de Mario Huamán, de la CGTP, por apoyar a los malos armadores pesqueros con gran poder económico participando en las movilizaciones en la ciudad de Lima, al informar que éstos cometen abusos laborales con los trabajadores del mar.

Asimismo, denunció que es cierto que se ha intimidado con despidos y realizado pagos a pescadores y personas que ni siquiera intervienen en las faenas pesqueras, para que participen en las marchas.

#### OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL (OCII)





PERÚ

Ministerio  
de la Producción

## **NOTA DE PRENSA 143-2008**

*El ministro Rafael Rey afirmó que el D.L. 1084 fue elaborado por el Ministerio de la Producción*

### **Entregan embarcación para pescadores del puerto de Pimentel**

- *Además presentó programa de créditos a hombres de mar de Santa Rosa*

Chiclayo, 14 de agosto de 2008.- El ministro de la Producción, Rafael Rey, entregó hoy a la municipalidad distrital de Pimentel (Chiclayo) una embarcación pesquera de seis toneladas para uso de los pescadores de Caballitos de Totorá del puerto de esa ciudad norteña.

Acompañado del viceministro de Pesquería, Alfonso Miranda, el titular de la Producción también presentó un programa de créditos a favor de los procesadores del Centro de Procesamiento Pesquero Artesanal (Ceppar)-Santa Rosa.

Durante su discurso, el titular de la Producción afirmó que desde hace algunas semanas un grupo de personas ha iniciado una campaña de desinformación respecto a los verdaderos alcances del Decreto Ley 1084, que tiene como principal objetivo ordenar el sector pesquero.

"Esta gente malintencionada está desinformando a pescadores y tripulantes de embarcaciones, alejándolos del verdadero alcance de la norma que es garantizar la biomasa de la anchoveta y el cumplimiento de los derechos laborales fundamentales de los hombres de mar", anotó.

Comentó que dicho grupo "curiosamente está formado por quienes en muchas oportunidades tenían infracciones por pescar anchoveta dentro de las cinco millas, poseían ampliaciones ilegales de bodega o no cumplían con asegurar a los trabajadores pesqueros o pagar los beneficios sociales".

"Hay gente mal intencionada que lo único que hace es mentir para seguir pescando en el desorden y eso no puede continuar", mencionó el ministro Rey tras recordar que con el decreto en mención quedaron prohibidos los despidos y se han creado beneficios para aquellos pescadores que voluntariamente quieran desligarse de esa labor.

"El Decreto Legislativo 1084, como se hacen todas las normas serias, fue hecho por el Ministerio de la Producción en base a información técnica recabada de numerosos libros y estudios nacionales e internacionales, los mismos han sido publicados en la página web", concluyó.

De esa manera, desmintió que la empresa de investigación Apoyo haya elaborado la referida norma.

Gracias por la difusión

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
Dirección: Calle Uno Oeste N° 60 – Urb. Cólicas, San Isidro – Lima – Perú  
Teléfono: (01) 616-2222 anexo 203 / 616-2203  
FAX: (01) 616-2222 anexo 641  
E-mail: [cc@produce.gob.pe](mailto:cc@produce.gob.pe), [premsa@produce.gob.pe](mailto:premsa@produce.gob.pe)  
Portal Web: [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)

CUANDO EL  
PERÚ PRODUCE  EL PERÚ  
AVANZA



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

#### **NOTA DE PRENSA 145-2008**

*El titular del Sector, Rafael Rey, brindo diversas charlas en el norte del país*

### **Pescadores y tripulantes de pesca de Chiclayo y Piura respaldaron promulgación de Decreto Legislativo 1084**

- *Hombres de mar comprendieron los beneficios de la norma*

Piura, 16 de agosto de 2008.- Diversos grupos de pescadores y tripulantes de pesca de Chiclayo (Lambayeque) y Piura respaldaron la promulgación del Decreto Legislativo 1084, que tiene como principal objetivo ordenar al sector pesquero, informó el Ministerio de la Producción.

El titular del Sector, Rafael Rey, brindo diversas charlas en el norte del país, finalmente los hombres de mar comprendieron los beneficios que la norma trae afirmando que garantizará la conservación de la biomasa de la anchoveta, así como el cumplimiento irrestricto de los beneficios sociales fundamental de los trabajadores del mar

El ministro indicó que aunque existe una campaña de desinformación principalmente de algunos malos armadores pesqueros, "la verdad está saliendo a luz".

Como se recuerda, el decreto 1084 establece Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE) para ordenar el sector y mejorar su competitividad con miras al Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos.

Gracias por la difusión

OFICINA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL  
Dirección: Calle Uno Oeste N° 60 – Urb. Códice, San Isidro – Lima – Perú  
Teléfono: (01) 616-2222 anexo 203 / 616-2203  
FAX: (01) 616-2222 anexo 541  
E-mail: [cc@produce.pe](mailto:cc@produce.pe), [press@produce.pe](mailto:press@produce.pe)  
Portal Web: [www.produce.pe](http://www.produce.pe)

CUANDO EL  
PERÚ PRODUCE  EL PERÚ  
AVANZA

## ANEXO 4

### Análisis de notas de prensa del Produce del año 2007

NOTA DE PRENSA: 001-2007		FECHA DE EMISIÓN: 04/01/2007	
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA	
EL TÍTULO	( x )	( )	
ANTETÍTULO	( )	( x )	
SUBTÍTULO	( )	( x )	
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )	
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )	
EL CUERPO	( x )	( )	
CONTEXTUALIZACIÓN	( x )	( )	
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )	
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )	
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA	
CLARIDAD	( )	( x )	
CONCISIÓN	( )	( x )	
NATURALIDAD	( )	( x )	
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA	
USO DE 5W			
¿Quién?	( x )	( )	
¿Qué?	( x )	( )	
¿Dónde?	( x )	( )	
¿Cuándo?	( )	( x )	
¿Por qué?	( x )	( )	
¿Cómo?	( )	( x )	
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO	( x )	( )	

NOTA DE PRENSA: 004-2007      FECHA DE EMISIÓN: 09/01/2007		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA
EL TÍTULO	( x )	( )
ANETÍTULO	( )	( x )
SUBTÍTULO	( )	( x )
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )
EL CUERPO	( x )	( )
CONTEXTUALIZACIÓN	( x )	( )
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA
CLARIDAD	( x )	( )
CONCISIÓN	( x )	( )
NATURALIDAD	( )	( x )
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA
USO DE 5W		
¿Quién?	( x )	( )
¿Qué?	( x )	( )
¿Dónde?	( x )	( )
¿Cuándo?	( )	( x )
¿Por qué?	( x )	( )
¿Cómo?	( x )	( )
IMPORTANCIA      DECRECIENTE      EN	( x )	( )
DESARROLLO TEXTO		

NOTA DE PRENSA: 005-2007      FECHA DE EMISIÓN: 10/01/2007		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA
EL TÍTULO	( x )	( )
ANETÍTULO	( )	( x )
SUBTÍTULO	( x )	( )
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )
EL CUERPO	( x )	( )
CONTEXTUALIZACIÓN	( )	( x )
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA
CLARIDAD	( )	( x )
CONCISIÓN	( x )	( )
NATURALIDAD	( )	( x )
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA
USO DE 5W		
¿Quién?	( )	( x )
¿Qué?	( x )	( )
¿Dónde?	( )	( x )
¿Cuándo?	( x )	( )
¿Por qué?	( )	( x )
¿Cómo?	( x )	( )
IMPORTANCIA      DECRECIENTE      EN	( x )	( )
DESARROLLO TEXTO		

NOTA DE PRENSA: 007-2007			FECHA DE EMISIÓN: 17/01/2007		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA			CUENTA	NO CUENTA	
EL TÍTULO			( x )	( )	
ANTETÍTULO			( )	( x )	
SUBTÍTULO			( )	( x )	
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN			( x )	( )	
LEAD O ENTRADILLA			( x )	( )	
EL CUERPO			( x )	( )	
CONTEXTUALIZACIÓN			( x )	( )	
DATOS DE CONTACTO			( x )	( )	
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD			( x )	( )	
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA			CUENTA	NO CUENTA	
CLARIDAD			( x )	( )	
CONCISIÓN			( x )	( )	
NATURALIDAD			( )	( x )	
PIRAMIDE INVERTIDA			CUENTA	NO CUENTA	
USO DE 5W					
¿Quién?			( )	( x )	
¿Qué?			( )	( x )	
¿Dónde?			( x )	( )	
¿Cuándo?			( x )	( )	
¿Por qué?			( )	( x )	
¿Cómo?			( x )	( )	
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO			( x )	( )	



NOTA DE PRENSA: 008-2007			FECHA DE EMISIÓN: 18/01/2007		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA			CUENTA	NO CUENTA	
EL TÍTULO			( x )	( )	
ANTETÍTULO			( )	( x )	
SUBTÍTULO			( )	( x )	
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN			( x )	( )	
LEAD O ENTRADILLA			( x )	( )	
EL CUERPO			( x )	( )	
CONTEXTUALIZACIÓN			( x )	( )	
DATOS DE CONTACTO			( x )	( )	
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD			( x )	( )	
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA			CUENTA	NO CUENTA	
CLARIDAD			( x )	( )	
CONCISIÓN			( x )	( )	
NATURALIDAD			( )	( x )	
PIRAMIDE INVERTIDA			CUENTA	NO CUENTA	
USO DE 5W					
¿Quién?			( x )	( )	
¿Qué?			( x )	( )	
¿Dónde?			( x )	( )	
¿Cuándo?			( )	( x )	
¿Por qué?			( x )	( )	
¿Cómo?			( x )	( )	
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO			( x )	( )	

## ANEXO 5

### Análisis de notas de prensa del Produce del año 2008

NOTA DE PRENSA: 130-2008		FECHA DE EMISIÓN: 16/07/2007	
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA	
EL TÍTULO	( x )	( )	
ANTETÍTULO	( x )	( )	
SUBTÍTULO	( x )	( )	
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )	
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )	
EL CUERPO	( x )	( )	
CONTEXTUALIZACIÓN	( x )	( )	
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )	
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )	
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA	
CLARIDAD	( x )	( )	
CONCISIÓN	( x )	( )	
NATURALIDAD	( x )	( )	
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA	
USO DE 5W			
¿Quién?	( x )	( )	
¿Qué?	( x )	( )	
¿Dónde?	( x )	( )	
¿Cuándo?	( x )	( )	
¿Por qué?	( x )	( )	
¿Cómo?	( x )	( )	
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO	( x )	( )	

NOTA DE PRENSA: 131-2008			FECHA DE EMISIÓN: 17/07/2008		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA			CUENTA	NO CUENTA	
EL TÍTULO			( x )	( )	
ANTETÍTULO			( x )	( )	
SUBTÍTULO			( x )	( )	
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN			( x )	( )	
LEAD O ENTRADILLA			( x )	( )	
EL CUERPO			( x )	( )	
CONTEXTUALIZACIÓN			( x )	( )	
DATOS DE CONTACTO			( x )	( )	
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD			( x )	( )	
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA			CUENTA	NO CUENTA	
CLARIDAD			( x )	( )	
CONCISIÓN			( x )	( )	
NATURALIDAD			( x )	( )	
PIRAMIDE INVERTIDA			CUENTA	NO CUENTA	
USO DE 5W					
¿Quién?			( x )	( )	
¿Qué?			( x )	( )	
¿Dónde?			( x )	( )	
¿Cuándo?			( x )	( )	
¿Por qué?			( x )	( )	
¿Cómo?			( x )	( )	
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO			( x )	( )	


NOTA DE PRENSA: 135-2008      FECHA DE EMISIÓN: 22/07/2008		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA
EL TÍTULO	( x )	( )
ANTETÍTULO	( x )	( )
SUBTÍTULO	( x )	( )
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )
EL CUERPO	( x )	( )
CONTEXTUALIZACIÓN	( x )	( )
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA
CLARIDAD	( x )	( )
CONCISIÓN	( x )	( )
NATURALIDAD	( x )	( )
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA
USO DE 5W		
¿Quién?	( x )	( )
¿Qué?	( x )	( )
¿Dónde?	( x )	( )
¿Cuándo?	( )	( x )
¿Por qué?	( x )	( )
¿Cómo?	( x )	( )
IMPORTANCIA      DECRECIENTE      EN	( x )	( )
DESARROLLO TEXTO		

NOTA DE PRENSA: 143-2008      FECHA DE EMISIÓN: 14/08/2008		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA	CUENTA	NO CUENTA
EL TÍTULO	( x )	( )
ANTETÍTULO	( x )	( )
SUBTÍTULO	( x )	( )
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN	( x )	( )
LEAD O ENTRADILLA	( x )	( )
EL CUERPO	( x )	( )
CONTEXTUALIZACIÓN	( x )	( )
DATOS DE CONTACTO	( x )	( )
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD	( x )	( )
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	CUENTA	NO CUENTA
CLARIDAD	( x )	( )
CONCISIÓN	( x )	( )
NATURALIDAD	( x )	( )
PIRAMIDE INVERTIDA	CUENTA	NO CUENTA
USO DE 5W		
¿Quién?	( x )	( )
¿Qué?	( x )	( )
¿Dónde?	( x )	( )
¿Cuándo?	( x )	( )
¿Por qué?	( x )	( )
¿Cómo?	( x )	( )
IMPORTANCIA      DECRECIENTE      EN	( x )	( )
DESARROLLO TEXTO		

NOTA DE PRENSA: 45-2008			FECHA DE EMISIÓN: 16/08/2008		
ESTRUCTURA DE LA NOTA DE PRENSA		CUENTA	NO CUENTA		
EL TÍTULO		( x )	( )		
ANTETÍTULO		( x )	( )		
SUBTÍTULO		( x )	( )		
LUGAR Y FECHA DE EDICIÓN		( x )	( )		
LEAD O ENTRADILLA		( x )	( )		
EL CUERPO		( x )	( )		
CONTEXTUALIZACIÓN		( x )	( )		
DATOS DE CONTACTO		( x )	( )		
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA ENTIDAD		( x )	( )		
PRINCIPIOS INFORMACIÓN PERIODÍSTICA		CUENTA	NO CUENTA		
CLARIDAD		( x )	( )		
CONCISIÓN		( x )	( )		
NATURALIDAD		( x )	( )		
PIRAMIDE INVERTIDA		CUENTA	NO CUENTA		
USO DE 5W					
¿Quién?		( x )	( )		
¿Qué?		( x )	( )		
¿Dónde?		( x )	( )		
¿Cuándo?		( x )	( )		
¿Por qué?		( x )	( )		
¿Cómo?		( x )	( )		
IMPORTANCIA DECRECIENTE EN DESARROLLO TEXTO		( x )	( )		

## ANEXO 6

### Notas de prensa de Produce publicadas en Andina

**andina**  
AGENCIA PERUANA DE NOTICIAS  
Del Perú para el mundo  
[English version](#)

Dólar: Compra S/. 3.217 • Venta S/. 3.222 • 11:18:28 PM

[f](#) [t](#) [s](#) [v](#) [p](#) [y](#)

Lima, Perú, Domingo, 27 de setiembre de 2015  
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación

[Inicio](#) [Política](#) [Economía](#) [Locales](#) [Regionales](#) [Internacional](#) [Cultural](#) [Deportes](#) [Clic](#)

[Titulares](#) [Galería Fotográfica](#) [Videos](#) [Canal Online](#)

[Contáctenos](#)

## Pescadores de Piura saludan nuevo sistema de ordenamiento pesquero

[t](#) [f](#) [v](#) [p](#) [y](#)

**13:13. Piura, jul. 16 (ANDINA).** Los pescadores y tripulantes de pesca de la ciudad de Piura expresaron su satisfacción con el nuevo sistema de ordenamiento pesquero, tras una reunión con el ministro de la Producción, Rafael Rey, quien expuso sobre el tema en la zona.

A la cita fueron invitados los propietarios de embarcaciones pesqueras (armadores) que en los últimos días publicaron comunicados en diversos medios de comunicación, pero se retiraron al ver que sus trabajadores estaban presentes.

El ministro Rey explicó que el decreto 1084 establece Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE) para ordenar el sector y mejorar su competitividad con miras al Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos.

"Es impensable que tengamos sectores tan estratégicos como la pesca en situación de poca competitividad y desorden", señaló revelando, además, que el Perú sí vende anchoveta en harina y aceite de pescado a dicho país.

Por su parte, los pescadores expresaron su satisfacción con el nuevo ordenamiento pesquero, e indicaron que habían sido mal informados.

Jorge Fiestas, secretario de Defensa de la Federación Regional de Pescadores del Norte (Ferpenorp), afirmó que los pescadores habían sido engañados porque los armadores les expresaron que con los LMCE iban a pescar menos y se verían perjudicados.

Por su parte, José Villaseca, secretario general de Ferpenorp, junto con los secretarios generales de las bases de Sechura, Parachique, Letirá, Becará, Vice y Santa Rosa, expresó que los abusos que cometen los armadores tienen los días contados con el ordenamiento pesquero.

Los hombres de mar lamentaron que los armadores, presididos por David Eca, tras ingresar al local del gobierno regional de Piura donde se iba a realizar la reunión con el ministro y al advertir la presencia de los pescadores, se retiraran.

### Más Leídas

- 1 Empieza cuenta regresiva hacia el desarrollo sostenible
- 2 Brasil fija metas de reducción de gases previo a Conferencia de París
- 3 Sporting Cristal defiende hoy la punta del Clausura ante Cienciano
- 4 Mandatario se reúne hoy en Nueva York con sus pares de la Alianza del Pacífico
- 5 Francisco pone fin en Filadelfia a su impactante gira por EEUU
- 6 ONU saluda relaciones Cuba-EEUU y papel de la isla en temas claves
- 7 AMPE insta a alcaldes a sumar esfuerzos en prevención de El Niño
- 8 El miércoles 30 empieza la primera Feria del Libro de Lima Norte
- 9 FMI: Proyectos de infraestructura apuntalarán aumento de la productividad
- 10 Cantante canadiense Avril Lavigne cumple hoy 31 años

## Gremios de pescadores del norte peruano respaldan sistema de ordenamiento pesquero



**14:07. Lima, jul. 17 (ANDINA).** La Federación Regional de Pescadores del Norte del Perú (Ferpenorp) manifestó hoy su respaldo al decreto legislativo N°1084, que contempla un nuevo sistema de ordenamiento pesquero, informó el Ministerio de la Producción.

Asimismo, el Colegio de Ingenieros del Perú, filial Ancash-Chimbote, respaldó el ordenamiento del sector pesquero, tras recordar que en diversos estudios que había realizado desde el año 2002, advertía el sobredimensionamiento de la flota nacional de pesca de anchoveta.

"Hacemos llegar nuestra felicitación y total apoyo a la promulgación del D.L. N° 1084, el mismo que ordena la actividad industrial de la pesquería del recurso ictológico anchoveta", suscribió en una misiva.

La referida entidad indicó que es probable que, como todo cambio integral, este objetivo de interés nacional tenga opositores, algunos por defensa de intereses propios o de grupo y otros empíricos que orientan el problema a intereses políticos.

Ferpenorp, a través de una misiva dirigida al ministro de la Producción, Rafael Rey, rechazó el uso ilegal del membrete del Sindicato de Pescadores de Santa Rosa en un comunicado de un grupo de armadores y pescadores que rechaza el ordenamiento mediante el sistema de Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE).

El gremio señaló que el membrete "fue tomado inconsultamente por las organizaciones que figuran en dicho pronunciamiento, hecho que ha causado indignación, rechazo y repudio dentro de nuestra organización sindical".

Asimismo advirtió que tomará las acciones legales del caso en legítima defensa de la referida institución.

Ferpenorp reúne a diversas asociaciones de pescadores de Sechura, Parachique, Letira, Becara, Vice y Santa Rosa, en los departamentos de Piura y Lambayeque.

### Más Leídas

- 1 Empieza cuenta regresiva hacia el desarrollo sostenible
- 2 Brasil fija metas de reducción de gases previo a Conferencia de París
- 3 Sporting Cristal defiende hoy la punta del Clausura ante Cienciano
- 4 Mandatario se reúne hoy en Nueva York con sus pares de la Alianza del Pacífico
- 5 Francisco pone fin en Filadelfia a su impactante gira por EEUU
- 6 ONU saluda relaciones Cuba-EEUU y papel de la isla en temas claves
- 7 El miércoles 30 empieza la primera Feria del Libro de Lima Norte
- 8 Moody's: Panorama fiscal del Perú sigue siendo el más benigno de la región
- 9 AMPE insta a alcaldes a sumar esfuerzos en prevención de El Niño
- 10 FMI: Proyectos de infraestructura apuntalarán aumento de la productividad



## Ministro Rafael Rey afirma que no habrá despidos de pescadores y les pide no dejarse engañar



**19:29. Lima, jul. 22 (ANDINA).** Ante las recientes movilizaciones de los armadores pesqueros en la ciudad de Lima, El ministro de la Producción, Rafael Rey, indicó que los pescadores no deben dejarse engañar, toda vez que no habrá despidos y les pidió darse cuenta de la dimensión real del Decreto Legislativo N° 1084, que tiene como principal objetivo el ordenamiento pesquero. Afirmó que los más importantes gremios de pescadores y jubilados del Perú respaldan la norma, manifestando también que esta iniciativa devuelve los derechos a los hombres de mar. El ministro indicó que con el DL 1084 quedaron prohibidos los despidos y se ha creado una serie de beneficios para aquellos pescadores que voluntariamente quieran desligarse de la pesca. Por otro lado, dijo que se da a entender falsamente que la firma Apoyo elaboró dicha norma, cuando no es cierto.

La norma fue hecha por el Ministerio de la Producción a base de numerosos libros y estudios nacionales e internacionales, como por ejemplo el Estudio de Prospectiva del Perú (2006), de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) "Republic of Perú: Environmental sustainability: a key to poverty reduction in Peru - Banco Mundial (2007) y Applying Environmental Policy Instruments: Green and Blue Sectors - Banco Mundial (2002).

Asimismo, Cuotas Individuales de Pesca - Jessica Hidalgo (2002), Individual Transferable Quotas as an Incentive Measure for the Conservation and the Sustainable Use of Marine Biodiversity (1998) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y El estado mundial de la pesca y la acuicultura (2008) de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), los mismos han sido publicados en la página web del Ministerio de la Producción. Al Ministerio no le corresponde conocer cómo han sido financiados dichos estudios. Lo que realmente importa es el contenido de los mismos y que fue el Ministerio de la Producción el que hizo el Decreto Legislativo 1084 y no esas instituciones.

### Más Leídas

- 1 Empieza cuenta regresiva hacia el desarrollo sostenible
- 2 Brasil fija metas de reducción de gases previo a Conferencia de París
- 3 Sporting Cristal defiende hoy la punta del Clausura ante Cienciano
- 4 Mandatario se reúne hoy en Nueva York con sus pares de la Alianza del Pacífico
- 5 Francisco pone fin en Filadelfia a su impactante gira por EEUU
- 6 ONU saluda relaciones Cuba-EEUU y papel de la isla en temas claves
- 7 El miércoles 30 empieza la primera Feria del Libro de Lima Norte
- 8 Moody's: Panorama fiscal del Perú sigue siendo el más benigno de la región
- 9 AMPE insta a alcaldes a sumar esfuerzos en prevención de El Niño
- 10 FMI: Proyectos de infraestructura apuntalarán aumento de la productividad

---

Y para el historial, Rey señaló que se tomará en cuenta el mejor año de la embarcación desde 2004 a la fecha para todos los casos (Apoyo recomendaba el promedio de los dos mejores años). Asimismo, el ministro reiteró que para las embarcaciones de menos de 110 metros cúbicos de capacidad de bodega (los armadores de madera), su límite se calculará teniendo en cuenta únicamente el mejor año de su historial de captura, que determinará el 100% de su límite, en cambio Apoyo sostenía 50% por el historial de captura y 50% por la capacidad de bodega autorizada. Así la decisión del Ministerio benefició más a los de madera.

Volviendo al tema sobre los beneficios a los pescadores que decidan renunciar, el ministro señaló: "Ahora cuando alguien renuncia libremente, porque es la única forma de retirarse, se le tienen que pagar 2.25 sueldos por año de servicio, hasta un máximo no de 12 sino de 18 sueldos; y, además, se le tienen que pagar durante tres años lo que cuesten los estudios que van a poder escoger los trabajadores, para reacomodarse en el ámbito laboral", mencionó el titular de la Producción.

Igualmente, refirió que si el trabajador que renuncia tiene 50 años cumplidos, el armador le va a tener que pagar la mitad de su sueldo cada mes por jubilación adelantada, hasta los 55 años, en que puede acogerse a la jubilación normal anticipada.

Al referirse a los promotores de las movilizaciones en Lima, el ministro mencionó que éstas son financiadas, principalmente, por malos armadores pesqueros con mucho dinero, de la denominada "flota vikinga", dueños de embarcaciones industriales de madera que han movilizado a los protestantes; además de colocar innumerables avisos en periódicos y alquilando espacios de televisión en horarios estelares, todos de muy alto costo monetario.

El secretario general del Sindicato de Pescadores de Chimbote y Anexos, Juan Yovera Bayona, manifestó que los pescadores que están en la ciudad de Lima protestando contra el DL 1084 son engañados con despidos y coaccionados por un grupo de armadores pesqueros de madera. Asimismo, refirió que tiene conocimiento de que estos malos hombres de mar han pagado a diversas personas para participar en las marchas. Indicó que es necesario el ordenamiento pesquero a fin de salvaguardar la anchoveta.

Por su parte, José Villaseca, secretario general de la Federación Regional de Pescadores del Norte, deploró la actitud de Mario Huamán, de la CGTP, por apoyar a los malos armadores pesqueros con gran poder económico participando en las movilizaciones en la ciudad de Lima, al informar que éstos cometen abusos laborales con los trabajadores del mar.

Asimismo, denunció que es cierto que se ha intimidado con despidos y realizado pagos a pescadores y personas que ni siquiera intervienen en las faenas pesqueras, para que participen en las marchas.

## Ministro Rey entregó embarcación para pescadores del puerto de Pimentel



**15:05. Chiclayo, ago. 14 (ANDINA).** El ministro de la Producción, Rafael Rey, entregó hoy a la municipalidad distrital de Pimentel (Chiclayo) una embarcación pesquera de seis toneladas para uso de los pescadores de Caballitos de Totorá del puerto de esa ciudad norteña.

Acompañado del viceministro de Pesquería, Alfonso Miranda, el titular de la Producción también presentó un programa de créditos a favor de los procesadores del Centro de Procesamiento Pesquero Artesanal (Ceppar)-Santa Rosa.

De otro lado, durante su discurso, Rey afirmó que desde hace algunas semanas un grupo de personas ha iniciado una campaña de desinformación respecto a los verdaderos alcances del Decreto Ley 1084, que tiene como principal objetivo ordenar el sector pesquero.

"Esta gente malintencionada está desinformando a pescadores y tripulantes de embarcaciones, alejándolos del verdadero alcance de la norma que es garantizar la biomasa de la anchoveta y el cumplimiento de los derechos laborales fundamentales de los hombres de mar", anotó.

Comentó que dicho grupo "curiosamente está formado por quienes en muchas oportunidades tenían infracciones por pescar anchoveta dentro de las cinco millas, poseían ampliaciones ilegales de bodega o no cumplían con asegurar a los trabajadores pesqueros o pagar los beneficios sociales".

"Hay gente mal intencionada que lo único que hace es mentir para seguir pescando en el desorden y eso no puede continuar", mencionó el ministro Rey tras recordar que con el decreto en mención quedaron prohibidos los despidos y se han creado beneficios para aquellos pescadores que voluntariamente quieran desligarse de esa labor.

En otro momento, Rey desmintió que la empresa de investigación Apoyo haya elaborado la referida norma.

"El Decreto Legislativo 1084, como se hacen todas las normas serias, fue hecho por el Ministerio de la Producción en base a información técnica recabada de numerosos libros y estudios nacionales e internacionales, los mismos han sido publicados en la página web", concluyó.

### Más Leídas

- 1 Empieza cuenta regresiva hacia el desarrollo sostenible
- 2 Brasil fija metas de reducción de gases previo a Conferencia de París
- 3 Mandatario se reúne hoy en Nueva York con sus pares de la Alianza del Pacífico
- 4 Sporting Cristal defiende hoy la punta del Clausura ante Cienciano
- 5 Francisco pone fin en Filadelfia a su impactante gira por EEUU
- 6 ONU saluda relaciones Cuba-EEUU y papel de la isla en temas claves
- 7 El miércoles 30 empieza la primera Feria del Libro de Lima Norte
- 8 Moody's: Panorama fiscal del Perú sigue siendo el más benigno de la región
- 9 AMPE insta a alcaldes a sumar esfuerzos en prevención de El Niño
- 10 FMI: Proyectos de infraestructura apuntarán a aumentar la productividad



## Pescadores del norte respaldaron promulgación de Decreto Legislativo 1084



"Pescadores del norte del país dieron su respaldo a Decreto Legislativo N° 1084, sobre ordenamiento pesquero, tras escuchar charlas de ministro Rafael Rey". Foto: Cortesía Ministerio de la Producción



**12:27. Piura, ago. 16 (ANDINA).** Diversos grupos de pescadores y tripulantes de pesca de Chiclayo (Lambayeque) y Piura respaldaron la promulgación del Decreto Legislativo 1084, que tiene como principal objetivo ordenar al sector pesquero, informó el ministerio de la Producción.

Luego de escuchar al ministro de la Producción, Rafael Rey, en numerosas charlas que realizó en el norte del país, los hombres de mar comprendieron los beneficios que la norma trae afirmando que garantizará la conservación de la biomasa de la anchoveta, así como el cumplimiento irrestricto de los beneficios sociales fundamental de los trabajadores del mar.

El titular del Sector indicó que aunque existe una campaña de desinformación principalmente de algunos malos armadores pesqueros, "la verdad está saliendo a la luz".


El decreto 1084 establece Límites Máximos de Captura por Embarcación (LMCE) para ordenar el sector y mejorar su competitividad con miras al Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos.

### Más Leídas

- 1 Empieza cuenta regresiva hacia el desarrollo sostenible
- 2 Brasil fija metas de reducción de gases previo a Conferencia de París
- 3 Mandatario se reúne hoy en Nueva York con sus pares de la Alianza del Pacífico
- 4 Sporting Cristal defiende hoy la punta del Clausura ante Cienciano
- 5 Francisco pone fin en Filadelfia a su impactante gira por EEUU
- 6 ONU saluda relaciones Cuba-EEUU y papel de la isla en temas claves
- 7 El miércoles 30 empieza la primera Feria del Libro de Lima Norte
- 8 Moody's: Panorama fiscal del Perú sigue siendo el más benigno de la región
- 9 AMPE insta a alcaldes a sumar esfuerzos en prevención de El Niño
- 10 FML Proyecta de infraestructura apuntalarán aumento de la productividad

## ANEXO 7

### Constancias de trabajo emitidas por ministro y viceministro

	PERÚ	Ministerio de la Producción	Despacho Ministerial
---	------	--------------------------------	-------------------------

“Año de las Cumbres Mundiales en el Perú”

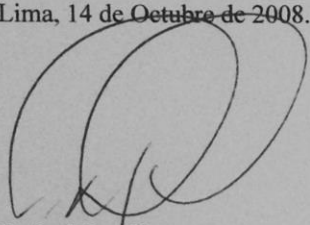
**CONSTANCIA**

Me es muy grato dejar constancia del trabajo que ha realizado el señor Marco Antonio Meza García, como periodista de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional OCII del Ministerio de la Producción, entre el 29 de Julio de 2006 y el 14 de Octubre de 2008.

El señor Meza trabajó siempre con lealtad, honradez y profesionalismo y fue para mí de eficaz ayuda, por ello me alegra poder dar de él las mejores referencias.

Se entrega la presente constancia para los fines que considere convenientes.

Lima, 14 de Octubre de 2008.

  
**Rafael Rey Rey**  
Ministro de la Producción



PERÚ

Ministerio  
de la Producción

Despacho Viceministerial  
de Pesquería

“Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú”  
“Año de la Unión Nacional frente a la Crisis Externa”

### CONSTANCIA

#### A QUIEN CORRESPONDA:

El que suscribe, tiene el agrado de presentar al Sr. Marco Antonio Meza García, quien labora en la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional del Ministerio de la Producción desde agosto de 2003 a la fecha, y tiene a su cargo la redacción de notas de prensa, elaboración de informes y coordinación de diversas actividades en las que se encuentran involucrados los medios de comunicación.

Cabe precisar, que el mencionado periodista apoya permanentemente las acciones de difusión en materia pesquera y de las actividades del Despacho Viceministerial a mi cargo, por lo que dejo expresa constancia de sus cualidades profesionales y de su buena disposición para trabajar en equipo.

Extiendo la presente para los fines a que hubiere lugar.

San Isidro, 9 de Enero de 2009.



**ALFONSO MIRANDA EYZAGUIRRE**  
Viceministro de Pesquería